

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

RISTORAZIONE
COLLETTIVA
**Patrimonio
strategico**

Cucine
professionali
**ADATTARSI AL
CAMBIAMENTO**

GARE E APPALTI
**Le clausole
per rinegoziare**



**IN UNA NUOVA
FORMA,
UN NUOVO
FUTURO.**

Siamo la tradizione e siamo l'energia per un cambiamento fatto di benessere, responsabilità e condivisione senza fine.

Per garantire, ogni giorno, il piacere e la qualità della nutrizione.

Siamo cibo, cultura, persone. Il futuro inizia da qui.

Scoprici in un nuovo racconto www.cirfood.com

Feed the future


CIRFOOD

LE SFIDE CHE **ci attendono**

Al di là delle tragiche conseguenze economiche e sociali della pandemia in atto, cosa ne sarà del nostro futuro?

Già da tempo erano in atto, magari sotto traccia, importanti trasformazioni ora portate allo scoperto e con le quali bisognerà fare i conti. Assistiamo a una riorganizzazione delle attività destinata ad influenzare gli assetti sociali destrutturando il lavoro localmente concentrato. In altre parole, il *lockdown* ha accelerato un processo già avviato mostrando come molte occupazioni possono essere svolte senza raccogliersi necessariamente o permanentemente in un luogo. Anche se non vale per tutti, si può lavorare con profitto per obiettivi e non per orari predeterminati e c'è chi prevede che oltre un terzo delle

attività si localizzeranno in futuro non nella sede aziendale ma nelle aree di residenza dei lavoratori. Questo nuovo approccio potrebbe modificare tutto: trasporti, mercato mobiliare, attività produttive, occasioni di incontri sociali, fino a investire il rapporto città-campagna e quello tra centro e periferia delle città. Insomma, pressati dagli eventi straordinari dell'ultimo anno ci troveremo di fronte a realtà che comporteranno importanti scelte per il futuro e capacità di guidare gli eventi e non di subirli. Ne saremo capaci? Gli uomini scelti per governarci saranno

all'altezza? Se dovessi giudicare dalla lentezza e dall'irrazionalità di taluni provvedimenti in risposta all'annunciata seconda ondata del Covid, i dubbi sono molti. Ma nel corso della storia sono state molte le rivoluzioni epocali che si sono dovute affrontare ed il progresso, malgrado tutto, è continuato. Allora, io penso che anche questa volta ce la faremo malgrado le incertezze di chi ci guida, e grazie alle nostre capacità di uomini e di imprenditori.



il convegno del rilancio!

GIUGNO 2021

COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elier Italia**

Enzo Andreis • Presidente **AIGRIM**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Biasoni • A.D. **ChefExpress**

Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**

Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**

Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**

Franco Manna • Presidente **Sebeto**

Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo

Serenissima Ristorazione

Lucio Rossetto • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs

and Europe Business Dvlp. **Autogrill**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Fabio Spaccasassi • A.D. **Compass Group Italia**

Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Andrea Valota • General Manager Italy **Burger King**

Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**

Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elier Italia**



i Convegni
di **Ristorando**

Media partners:

Ristorando
retail
BARTù



11^a EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO

GIUGNO 2021

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSOR



SILVER SPONSOR



People-centric innovation



PROFESSIONAL



ASSOCIAZIONI PARTNER





CATERINA CERAUDO
CHEF

ILLY. IL FINALE PERFETTO DI UN MENÙ PERFETTO.

Scegli di servire un caffè all'altezza del tuo menù, come la Chef Caterina Ceraudo. La qualità e il gusto dell'unico blend illy, composto da 9 qualità di Arabica, sono tra i più apprezzati dai clienti. Circa la metà dei consumatori non beve il caffè al ristorante perché pensa che non sia di buona qualità, ma si dichiara più propenso a berlo qualora sia illy*. Perché l'eccellenza è una ricerca senza fine, dalla prima all'ultima portata.

#LIVEHAPPILLY

Scopri le più grandi storie di successo su [illy.com/ristorante](https://www.illy.com/ristorante)

*Fonte: Out Of Home Coffee Consumption investigation, Kantar Italia, luglio 2019. Indagine effettuata online rilevando l'opinione di 1.506 consumatori Out Of Home.



LIVE HAPPIILLY

NOVEMBRE 2020

01 Editoriale - Le sfide che ci attendono

09 News - La notizia è servita

18 Tendenze e mercati - La difficile quadratura del cerchio

21 Pizza - Un piatto sempreverde

Al tavolo out of home, surgelata da asporto o consegnata a casa, in teglia gluten free e gourmet: ovunque e comunque, resiste alle nuove mode alimentari e ai food trend imperanti l'amore degli italiani per la pientanza simbolo del Belpaese a tavola

32 Casual dining - La doppia sfida di Doppio Malto

Crescere nel retail e aumentare la produzione di birra artigianale grazie all'apertura di una decina di location e del nuovo birrificio "verde" di Iglesias: ecco gli obiettivi di Foodbrand che possiede il marchio

36 Ristorazione collettiva - Food security: un impegno per la pace e la lotta al Covid-19

Il catering per le collettività è un patrimonio strategico per gli utenti, le municipalità e le aziende impegnate a mantenerlo in essere, anche nei contesti più difficili come quello della pandemia in atto

40 Ristorazione scolastica - Nuovi bandi e pandemia

Problemi e soluzioni per affidare oggi i servizi di ristorazione garantendo utenti finali stazioni appaltanti e SRC

44 Ristorando per Mondoffice - A fianco dell'evoluzione dell'Ho.Re.Ca.

Mondoffice, lo specialista nella consulenza e nella fornitura di strumenti per ogni esigenza di lavoro, presenta la nuova gamma Ho.Re.Ca. guardando a sostenibilità e inclusività

47 Ristorando per Markas - Qualità e salute

Il sottovuoto targato Markas per una migliore ristorazione ospedaliera

50 Quick service - Parola d'ordine: velocità

Con una crescita del 10% all'anno, oltre 1.000 ristoranti in 7 paesi europei e 6.000 dipendenti diretti, QSRP, piattaforma del fondo Kharis Capital che sviluppa e gestisce 5 format di ristorazione rapida, svela numeri e progetti di espansione. La parola al ceo, l'italiano Alessandro Preda

57 Equipment - Cucine future

Sempre più efficienti, delivery friendly, e Covid free. In un mercato che cambia ecco come reagiranno cucine e centri cottura all'evoluzione dei consumi e al nuovo contesto igienico-sanitario

64 Vending - Tra passato e futuro

Duro in Italia l'impatto della pandemia sul settore della distribuzione automatica. Che punta a offrire ristoro in sicurezza agli utilizzatori del parco installato più esteso d'Europa



RUBRICHE

52 La borsa del biologico

68 La borsa delle imprese

75 F&B

76 Ristorando club

80 Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 25 - numero 11 - Novembre 2020

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone
• Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Antonio Montanari • Davide Moscuza
• Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



Orgogliosamente Italiani



SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.

Délifrance

lancia la nuova linea
dedicata alla Ristorazione



Per gli chef che desiderano liberare la fantasia con prodotti
pratici ed esclusivi

Per saperne di più:
commercialeitalia@delifrance.com

Oricon: collettiva a rischio, il Governo intervenga

Se il Governo non interverrà adeguatamente con "sostegno e pianificazione, la ristorazione collettiva sparirà entro il 2022": a dirlo è **Carlo Scarsciotti**, presidente di **Oricon**, commentando dati molto preoccupanti che si registrano nel settore. Per il presidente pesano soprattutto lo smart working e i nuovi comportamenti emersi durante l'emergenza sanitaria legata al coronavirus. Secondo l'Osservatorio Ristorazione Collettiva e Nutrizione, nel 2020 si è registrato un calo complessivo dei ricavi e del volume di vendite di circa un terzo, equivalente a 1,4 miliardi di euro e 292 milioni di pasti in meno rispetto al 2019. Nei soli primi otto mesi dell'anno, le SRC evidenziano un crollo del fatturato di oltre il 37%, vale a dire 1 miliardo di euro e 210 milioni di pasti in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. È la **scuola**, che nel periodo gennaio-agosto 2020 ha visto una perdita dei ricavi superiore al 60% il segmento più colpito, dove si prevede di chiudere l'anno con un negativo del 51%, vale a dire 700 milioni di euro in meno rispetto al 2019. Il danno è enorme anche nell'**azienda**, dove il rischio è quello di veder scomparire definitivamente alcuni comparti a causa dello smart working: sono circa 4 milioni i lavoratori che operano più o meno stabilmente da remoto. In vista della fine del 2020 si ipotizza una contrazione del 40% delle entrate, pari a 500 milioni di euro. Anche nella **sociosanitaria** domina l'incertezza. Qui la riorganizzazione imposta dal Covid (doppi turni, nuove modalità di somministrazione, impiego di DPI e gel igienizzanti) ha aumentato il costo del pasto di 80 centesimi. Un extra che peserà non poco sui bilanci delle oltre 1.000 aziende attive nel segmento, che danno lavoro a 96mila addetti, l'82% donne con contratto a tempo indeterminato. La ripartenza non ha risolto i problemi: nel bimestre maggio-giugno i ricavi sono stati meno della metà di quanto incassato nello stesso periodo del 2019, dopo il drammatico tracollo di marzo-giugno (-66%). E il peggio non è alle spalle: "Temiamo che l'evolvere della seconda ondata pandemica metta il settore in ginocchio più di quanto lo sia già ora. Sono urgenti un dialogo chiaro e un sostegno concreto da parte del governo e delle istituzioni. Il tempo passa, le risposte non arrivano e noi rischiamo di scomparire".

Mense bio: ripartito il Fondo da 5 milioni

Cinque milioni di euro da ripartire tra tutte le Regioni italiane per sostenere le mense scolastiche biologiche: la **Conferenza Stato-Regioni** ha sancito l'intesa sul decreto del **Ministero delle Politiche Agricole**, di concerto con il **Ministero dell'Istruzione**, avente per oggetto il riparto per l'anno 2020. In questo modo le Regioni potranno ridurre i costi a carico delle famiglie beneficiarie del servizio di refezione bio e realizzare iniziative di informazione e di promozione

nelle scuole per una sana alimentazione. Istituito nel 2017, il Fondo "premia" le mense biologiche certificate che rispondono ai requisiti previsti dal Mipaaf, dove oggi vengono serviti oltre 11 milioni di pasti. Che, per qualificarsi bio, devono rispettare percentuali minime di utilizzo in peso e per singola tipologia di prodotto impiegato.



Metro acquisisce la portoghese Aviludo Group

Colpo di **Metro** nella distribuzione del Vecchio Continente: il colosso tedesco attivo in 34 paesi dove serve circa 16 milioni di clienti all'anno, ha annunciato l'acquisizione del grossista alimentare portoghese **Aviludo Group**, specialista nella distribuzione per la ristorazione collettiva.

Secondo quanto comunicato dall'azienda acquirente, le due parti hanno concordato di non rendere pubblici i dettagli finanziari della transazione.

Fondato nel 1984, il gruppo Aviludo, con i suoi 13.500 clienti, genera un fatturato annuo di 152 milioni di euro e impiega 850 persone. Sono invece 27,1 i miliardi del giro d'affari di Metro, che impiega 100mila addetti in tutto il mondo.

Roberto Masi entra in Sebeto

Dopo McDonald's, Starbucks e il Milan, adesso **Roberto Masi** entra nel board del **Gruppo Sebeto**.

Una scelta fortemente voluta dal fondo britannico **OpCapita**, che da 2 anni controlla la società partenopea presente con i suoi marchi – **Rossomodoro** in primis – in 11 paesi, per rafforzarne il management, affrontare le sfide derivanti dalla pandemia in atto e guidare la crescita futura: Masi supporterà l'amministratore delegato **Roberto Colombo** nella definizione delle strategie

dell'azienda, al fine di consolidare la propria presenza nel settore del casual dining e di raggiungere gli ambiziosi obiettivi che il gruppo si è posto, sia in Italia che all'Estero. Ex amministratore delegato di Carrefour Hypermarkets Italia, di McDonald's Italia per 10 anni e per un breve periodo di Starbucks Italia, Masi, che attualmente ricopre il ruolo di operations manager dell'AC Milan, prende il posto del vicepresidente esecutivo **Marco Airoidi**, che lascia il board, di cui continuano a fare parte **Stephen Alexander**, **Joshua Spoerri**, **Roberto Colombo**, **Franco Manna** e **Pippo Montella**.



ROBERTO MASI, membro del board Sebeto

Milano abbatte del 20% il CO2 nei menu a scuola

Operando direttamente sui menu proposti, negli ultimi 5 anni **Milano Ristorazione**, la controllata del **Comune** meneghino che prepara 85mila pasti ogni giorno, ha abbattuto del 20% le emissioni equivalenti di CO2. Tra i 38 aderenti all'iniziativa **Cool Food Pledge** è in assoluto il miglior risultato ottenuto a livello non solo locale, ma anche europeo e internazionale: si tratta di realtà attive nella ristorazione collettiva, che preparano complessivamente 940 milioni di pasti all'anno. Milano è stata la prima città ad aderire al programma (seguita da Toronto, Copenaghen e Ghent), che prevede l'impegno a ridurre del 25% le emissioni dei propri menu entro il 2030, partendo dai dati del 2015. A certificare il primato milanese (con solo 5,92 chili di CO2 ogni 1.000 kcal cucinate, contro una media europea di 10 chili e internazionale di circa 25) è l'autorevole centro di ricerca internazionale **World Resources Institute**, che analizza ogni anno gli acquisti di cibo delle mense scolastiche di Milano, di grandi mense aziendali (come quelle di **Ikea**,



Bloomberg, **Nestlé**, **Morgan Stanley**, **World Bank**, **Hilton Hotels**, **Max Burger**), di mense ospedaliere (a Boston, New York, Los Angeles, San Francisco) e di mense universitarie (come Harvard e Pittsburgh negli USA). Particolarmente soddisfatta la vicesindaco con delega alla **Food Policy** **Anna Scavuzzo**, che ha ricordato come si tratti di un risultato raggiunto grazie all'intenso lavoro fatto in questi anni da Palazzo Marino sui menu scolastici con **Milano Ristorazione**. Che ha sviluppato la propria "strategia sul cibo" come eredità diretta di Expo, allo scopo di migliorare l'accesso ad una alimentazione sana e sostenibile.

Il tris d'ottobre de La Piadineria

Tre ristoranti nel mese di ottobre e poi una decina entro la fine 2020: finale d'anno con il botto per **La Piadineria**, che nel mese delle castagne ha inaugurato altri tre locali a Milano, ad Arosio (Como) e Castelnovo del Garda (Verona). Collocato in Vittor Pisani, l'arteria che dalla Stazione Centrale conduce al centro della città, il pdv meneghino si sviluppa su due piani offrendo quasi 50 posti a sedere all'interno e una dozzina nel dehor esterno, con un allestimento che contamina videowall tecnologici e suggestioni "Memphis design". Il ristorante nel multisala **Cinelandia** ad Arosio è posizionato accanto all'entrata e gode di un ingresso indipendente, che lo rende accessibile tutta la giornata, proponendo anche un corner dedicato al caffè. Infine, a Castelnovo del Garda la location si trova in un'area turistica grazie alla vicinanza del lago e ai parchi a tema della zona (**Gardaland** e **Canevaland** ad esempio). Si tratta di un ristorante traffic road, che offre un ambiente più grande e articolato, con numerosi posti a sedere (circa 70-80 in tutto), e un'offerta più ampia dell'usuale, studiata per le famiglie. Tra novembre e dicembre sono in programma altre 10 nuove aperture del format, nei canali tradizionalmente presidiati dal brand: shopping center, urban e traffic road. Spicca tra gli altri il locale che aprirà presso **Maximo** – il nuovo maxi centro commerciale realizzato sulla via Laurentina a Roma.



Il "pasto al posto" di Gemeaz Elior nelle scuole di Rimini

Pasto a posto: è con questa formula che il colosso della ristorazione **Elior**, attraverso lo storico marchio **Gemeaz** che dal 2012 fa parte del gruppo, assicura una pausa in sicurezza a bambini e docenti delle scuole di **Rimini**.

Il servizio mensa è stato infatti modificato per essere anti-Covid e dunque i 2.400 pasti quotidiani vengono serviti direttamente al banco, utilizzando in alcune scuole anche un unico piatto di porcellana (in logica plastic free) preparato ad hoc per contenere tutte le pietanze, senza alcun sacrificio in termini di qualità e quantità: il menu prevede sempre pasti completi basati sulla dieta mediterranea.

La maggior complessità del servizio si è tradotta nell'assunzione di 12 nuovi dipendenti: un esborso supplementare di cui il Comune si è fatto carico senza gravare sulle famiglie. Anzi: a novembre e dicembre tremila di esse potranno beneficiare del taglio delle tariffe per le mense scolastiche. A questo scopo l'amministrazione ha infatti destinato 420mila euro, con l'obiettivo di sostenere i nuclei familiari più colpiti dalla crisi economica legata alla pandemia. Il beneficio potrà arrivare a un massimo di 150 euro a famiglia, in proporzione al numero di pasti effettivamente consumati.



San Biagio di Callalta, Dussmann dona 1.200 borracce alle scuole



Dussmann Service ha donato una borraccia a ciascuno dei 1.200 bambini che frequentano le scuole comunali e gli asili paritari del comune di **San Biagio di Callalta (TV)**.

L'iniziativa è stata promossa dall'azienda di ristorazione, cui il Comune ha affidato l'appalto del servizio di refezione.

L'obiettivo dell'iniziativa è presto detto: ridurre l'utilizzo della plastica e allo stesso tempo innalzare la sicurezza del pasto.

Esigenza che ha indotto la SRC a mettere a disposizione ulteriori risorse umane per espletare il servizio nel rispetto delle nuove disposizioni sul Covid, dimostrando flessibilità e affidabilità davvero encomiabili, secondo quanto

dichiarato dal sindaco **Alberto Cappelletto**, dall'assessore all'Istruzione **Martina Cancian** e dal dirigente scolastico **Elisabetta Costa-Reghini**.



Sodexo battezza la nuova mensa comunale di Sacile

Aperta a Sacile (PN) la nuova mensa comunale gestita da **Sodexo Italia**. Situata nell'area ospedaliera con accesso da via Meneghini, la struttura presenta interni completamente rimodernati e una nuova cucina, per un servizio diretto non solo agli operatori sanitari e ai dipendenti comunali, ma anche a studenti, lavoratori, pensionati, operai e fasce sociali deboli del Comune friulano. Qui potranno mangiare un pasto completo a meno di 7,50 euro, ma anche spendendo solo 3,90 euro in caso si tratti di studenti frequentanti nel territorio comunale, pensionati o soggetti segnalati dai servizi sociali. Un risultato che è frutto dell'impegno congiunto dell'amministrazione comunale e la società di ristorazione, che gestirà la struttura.



THE HERITAGE OF TOMORROW

PARTIAMO DALLA NOSTRA STORIA PER
IMMAGINARE INSIEME IL DOMANI

**VAI SU RHEA THINK TOGETHER
PER RIPENSARE CON NOI IL FUTURO**

WWW.RHEATHINKTOGETHER.COM

60th

rhea

SIMONA GHIZZONI

Photographer

DAVIDE SCABIN

Star chef

DAVIDE LIVERMORE

Opera director

Al via il fondo "made in Italy" per la ristorazione

Via libera dalla **Conferenza Stato-Regioni** al decreto attuativo del **Ministero delle Politiche Agricole** sul "Fondo ristorazione".

Il provvedimento stabilisce i criteri, i requisiti e le modalità di erogazione del contributo a fondo perduto destinato alle imprese del foodservice per l'acquisto di prodotti, inclusi quelli vitivinicoli, di filiere agricole e alimentari, anche Dop e Igp, valorizzando così la materia prima di territorio. Si tratta di un "bonus di filiera" da 600 milioni di euro per la ristorazione: previsto dal Dl Agosto, è aperto a ristoranti, mense, agriturismi, catering per eventi e alberghi (per l'attività di somministrazione di cibo). Una pletora di esercizi e strutture ristorative che, secondo la ministra **Teresa Bellanova**, in tempi strettissimi potranno usufruire dei contributi stanziati dal **Governo**, usandoli per acquistare prodotti di eccellenza dalle aziende agricole, agroalimentari, vitivinicole, della pesca e dell'acquacultura.

In concreto, ogni impresa beneficiaria può presentare la domanda di contributo mediante il portale della ristorazione, piattaforma web di *Poste Italiane*, o agli sportelli del medesimo ente statale. Che, verificato il rispetto del massimale degli aiuti de minimis (per ciascun beneficiario il contributo potrà variare da un minimo di 1.000 euro fino a un massimo di 10mila, al netto dell'Iva), consentirà al dicastero dell'Agricoltura di autorizzare in automatico la corresponsione di un anticipo pari al 90% del valore del contributo riconosciuto, che avverrà tramite bonifico effettuato sempre da *Poste Italiane*.



Per Coldiretti il Covid costerà 8 miliardi in cibi e vino

Secondo una ricerca realizzata da **Coldiretti** – sulla base dei dati Ismea – relativa all'emergenza coronavirus, il crollo delle attività di bar, trattorie, ristoranti, pizzerie e agriturismi nel 2020 avrà un effetto negativo a cascata sull'agroalimentare nazionale per oltre 8 miliardi di euro, a causa dei mancati acquisti in cibi e bevande.

Un allarme accentuato dall'ultimo Dpcm e dai successivi provvedimenti che si profilano all'orizzonte circa la chiusura anticipata delle attività di somministrazione e ristorazione. In particolare, per gli acquisti extradomestici per colazioni, pranzi e cene fuoricasa è stimato una contrazione del 40% su base annuale. Un tracollo che pesa inevitabilmente sulla vendita di molti prodotti agroalimentari, dal vino alla birra, dalla carne al pesce, dalla frutta alla verdura ma anche su salumi e formaggi di alta qualità che trovano nel consumo out of home un importante sbocco. Basti dire che, per settori come quello ittico e vitivinicolo, la ristorazione rappresenta addirittura il principale canale di commercializzazione per fatturato.

Risulta quindi importante ma non sufficiente a detta di Coldiretti l'arrivo del bonus di filiera che stanziava 600 milioni di euro con un contributo a fondo perduto a favore di attività ristorativa ad ampio spettro in difficoltà per l'acquisto di prodotti di filiere agricole ed alimentari.

A Venezia opening per hum.us, affinity food space di Camplus

Un ristorante di 400 metri quadri interni e 300 esterni rivolto a universitari e lavoratori: è con questo intento che **Camplus**, primo operatore di housing per studenti in Italia, ha sviluppato il ristorante **hum.us** (www.humus.space).

Collocato vicino all'*Università Ca' Foscari*, nella residenza **Camplus Venezia Santa Marta** che ospita 650 studenti, hum.us si basa su un concetto innovativo, sviluppato dalla società di consulenza strategica **IDEA Food & Beverage**, e sostenuto dall'esperienza di **Federico Menetto**, consulente per lo sviluppo di progetti business nel mondo enogastronomico.

Hum.us vuole essere più di una mensa universitaria: uno spazio dove gustare piatti realizzati sul momento da artigiani e professionisti guidati dallo chef **Cristian Scarpa**, che ha già operato in numerosi ristoranti, tra cui il *Laguna di Pellestrina* e il *Pachuka del Lido di Venezia*. La gestione è affidata, invece, ai due giovani manager **Michele Pasotti** e **Alberto Vianelli**.

Spazio a disposizione di tutta la città, hum.us non è solo un luogo in cui consumare un pasto, ma diventa anche un'aula per gli studenti universitari e un perfetto spazio di co-working. A base

del locale c'è il cambiamento continuo: grazie a un sistema di feedback istantanei che raccoglie i desideri degli avventori (specie quelli della iGen), gli spazi della struttura, i piatti, le dimensioni delle porzioni, il packaging e le materie prime utilizzate non sono sempre le stesse, ma si evolvono costantemente.



Uffici, mense ed enti di Regione Sicilia diventano plastic free



Sicilia plastic free: è la conseguenza di un provvedimento voluto dal M5S che fa dell'isola una tra le prime regioni d'Italia a bandire bicchieri e stoviglie di plastica dagli uffici, dalle mense e dagli enti controllati dalla Regione.

L'obiettivo del provvedimento, cui hanno aderito trasversalmente molti partiti presenti al momento del voto in Sala d'Ercole, è sostituire

la plastica con materiali biodegradabili e quindi non inquinanti, dando un contributo concreto alla riduzione di rifiuti e delle materie plastiche che stanno letteralmente soffocando il pianeta, proponendo un "modello virtuoso" in ogni diramazione dell'amministrazione regionale.

La disposizione riserva una particolare attenzione anche all'uso delle plastiche in agricoltura: mediante un protocollo d'intesa con le associazioni di categoria degli agricoltori siciliani maggiormente rappresentative e l'associazione italiana delle bioplastiche e dei materiali biodegradabili e compostabili, si mira a favorire l'impiego di bioteli e di altri materiali compostabili nelle coltivazioni.



Nuova mensa per Dussmann a Portogruaro

Completati i lavori per la realizzazione della nuova mensa e cucina all'ospedale di Portogruaro (VE): finanziati dall'azienda **Dussmann Service** che gestisce il servizio di ristorazione dell'**Ulss4**, le nuove strutture si caratterizzano per luminosità, linearità e comfort dei locali: sia quelli destinati alla preparazione dei pasti, sia dove il personale della struttura potrà consumare pranzi e cene.

L'intervento precede la realizzazione di una nuova palestra in uso alla fisioterapia, che in determinate ore giornaliere sarà anche a disposizione del personale ospedaliero.

Piace anche allo chef.

Investi ora e risparmi sulle tasse.

Cucinare, arrostiti, cuocere al forno, cuocere al vapore, grigliare, friggere. E ti fa risparmiare sulle tasse. Il nuovo iCombi Pro e il nuovo iVario sono così intelligenti da soddisfare i requisiti per il credito d'imposta del Piano Nazionale Impresa 4.0. Per una maggiore produttività e minori costi di investimento.



Reimmaginato. Reinventato.

Maggiori informazioni su:
rational-online.com



RATIONAL

Pandemia: 8 mesi di via Crucis per i conti di Autogrill

Ricavi meno 56%, chiuso il 45% dei punti vendita nei primi 8 mesi del 2020: è in queste due percentuali il dramma attraversato quest'anno da **Autogrill**, uno dei gioielli del foodservice (e non solo) italiano. Più nel dettaglio, i ricavi consolidati del gruppo sono stati pari a 1.414,1 milioni di euro, in calo del 55,8% rispetto ai 3.189,7 dello stesso periodo del 2019. Al di là della fase di chiusura totale, pesa il dato di agosto, momento di ripresa parziale anche per la ristorazione, che ha visto invece Autogrill registrare ricavi in calo del 61,2%. Certo: la società evidenzia come il 45% dei punti vendita totali fossero chiusi al 31 agosto 2020.

Particolarmente grave la situazione nel Nord America, con ricavi precipitati del 78,8%. Meglio l'Europa, con ricavi giù del 45,3% e "solo" il 13% dei locali chiusi. Qui si evidenzia anche una lieve ripresa nel mese di agosto, con una contrazione "limitata" al 33,4%.

A livello globale, il canale dove si evidenziano le perdite peggiori sono gli aeroporti (-63,8%), mentre sulle autostrade la variazione è negativa per il 41%. Infine, in Italia il Gruppo di Rozzano ha realizzato ricavi per 385,3 milioni di euro (-44,1%).



Affitti: triplica l'incidenza dopo il lockdown



Nei mesi precedenti l'arrivo del Covid, gli affitti dei ristoranti incidono poco più del 10% sul fatturato complessivo delle attività. Dopo il lockdown la stessa voce pesa per il 30. Una crescita evidente, tanto più allarmante se si pensa che il fuoricasa, al netto di nuove, possibili strette, si appresta a chiudere l'anno con una contrazione del volume d'affari

pari a circa 24,1 miliardi di euro: il 27% in meno rispetto al 2019.

Una situazione su cui pesano quindi parecchio canoni d'affitto rimasti invariati. Ecco perché questo è un tema caldo per **Fipe-Confindustria**: in particolare, secondo il direttore generale della federazione **Roberto Calugi**, servono incentivi fiscali per i proprietari di immobili disposti a ridurre temporaneamente i canoni delle locazioni commerciali. Non solo. È essenziale bloccare l'esecuzione degli sfratti fino a fine 2021 e allo stesso tempo dichiarare improcedibili le intimazioni di sfratto per chi, pur non essendo ancora in regola con i pagamenti, ha provveduto almeno parzialmente a saldare le rate arretrate.

A sua volta, il direttore del centro studi della Federazione dei Pubblici Esercizi, **Luciano Sbraga**, ha evidenziato una contraddizione: chi stipula oggi un nuovo contratto, beneficia di canoni più bassi fino al 15% rispetto a un anno fa. Un vantaggio competitivo legato alla contingenza che varrà per tutta la durata del contratto, solitamente stipulato con la formula del 6+6 anni, a dispetto di chi, avendone sottoscritto uno prima della pandemia in corso, dovrà misurarsi con la disponibilità del proprietario a rinegoziare. Morale: si creano imprese di serie A e di serie B, con evidenti squilibri di mercato, specie alla luce di una perdita media del 67% del proprio fatturato per i ristoratori registrata nel periodo tra marzo e giugno di quest'anno.

J.MOMO: a Parigi 10 negozi con vending machine

J.MOMO alla conquista di Parigi: l'azienda campana realizzerà nel prossimo anno 10 punti vendita automatici H24 dotati di vending machine nella capitale francese. A fronte di un investimento complessivo di 1,8 milioni di euro, il produttore specializzato in pasta fresca e piatti pronti surgelati inaugurerà il primo ristorante automatico a novembre, a pochi passi dagli Champs Élysées. Un taglio del nastro che testimonia la consistenza del piano di sviluppo che l'impresa nata nel 2004 come laboratorio artigianale a Caggiano, in provincia di Salerno, sta portando avanti lungo la Penisola e ora, in partnership con un'azienda d'Oltralpe, anche in Francia. Dove tutti i pdv che l'azienda – famosa per i suoi piatti pronti, la pizza napoletana fatta a mano e surgelata e la friggitoria – aprirà, sono dotati di vending machines con tecnologia all'avanguardia e di tutti i sistemi di controllo da remoto. La progettazione, l'allestimento e l'approvvigionamento dei prodotti di ogni store aperto 24 ore su 24 e realizzato in spazi di circa 40 mq, sono infatti curati interamente dalla staff tecnico della J.MOMO Italia. Che, da questa operazione non solo si attende ricadute positive anche sul fronte occupazionale, con almeno 50 nuovi posti di lavoro tra azienda e indotto, ma punta a valorizzare la filiera agroalimentare italiana: nei nuovi ristoranti automatici, infatti, tutti i prodotti provengono direttamente dalla casa madre e da piccole e medie imprese alimentari tricolore, spina dorsale del nostro sistema economico.





40th **SURGITAL**
MADE OF ITALY DAL 1980.

L'INGREDIENTE SEGRETO

11
RICETTE
DELLA
TRADIZIONE
ITALIANA

smeraldinienazziti



NUOVO PACK

6 BUSTE DA 500 g
X CARTONE

OCCUPA MENO SPAZIO
IN FREEZER

RICICLABILE AL 100%

Sugosi® si rinnova e si fa in due. Salse, sughi e creme dalla qualità elevata per due linee: **I Grandi Classici** e **I Prestigiosi**.

Pratiche e veloci le 11 ricette che la linea **I Grandi Classici** ha dedicato alla tradizione italiana. Altamente versatili e attente al food cost, lavorate artigianalmente e naturali al 100%, grazie ad un'attenta surgelazione sprigioneranno nella tua cucina il profumo del sugo appena fatto.

Scopri tutte le referenze sul nostro sito.

Numero Verde
Servizio Clienti
800 - 733525

Sugosi® è un marchio



L'italiana preferita dallo chef

surgital.it

Per NotCo un round da 85 mln di dollari (e c'è anche Jeff Bezos)

La cilena **NotCo**, specializzata in prodotti plant-based, ha raccolto 85 milioni di dollari durante il round C di un finanziamento finalizzato a incrementare l'espansione dei suoi prodotti come latte e carne a base vegetale nel mercato statunitense. Laddove ha anche spostato la sua sede. E forse non a caso: tra i suoi finanziatori c'è, attraverso Bezos Expeditions, nientepopodimenoche il patron di Amazon, **Jeff Bezos**. L'uomo – sempre – più ricco del mondo è in compagnia tra l'altro di *Future Positive*, nota per aver già investito in **Beyond Meat** e **Memphis Meat**, che ha co-guidato il round con la società di private equity *L Catterton*. Ad esse si aggiungono *Kaszek Ventures* e *Indie Bio*, investitori che lo scorso anno avevano partecipato a un altro finanziamento dell'azienda da 30 milioni di dollari.

Fondata nel 2015, NotCo utilizza l'intelligenza artificiale (AI) per sviluppare alimenti a base vegetale, tra cui *NotMilk*, *NotBurger*, *NotIceCream* e *NotMayo* sono già distribuiti in Brasile, Argentina e Cile. Risultato: in meno di tre anni è diventata l'azienda di tecnologia alimentare più grande dell'America Latina.



Miscusi fa il bis a Torino e lancia la Bottega



Miscusi, brand italiano di pasta, ha alzato la saracinesca del secondo locale a Torino, raggiungendo quota 11 ristoranti in Italia: distribuiti in 6 città lungo la Penisola, nel 2019 hanno servito un milione di clienti.

Il neonato pdv si trova nel quartiere residenziale Cit Turin, a pochi passi da una delle ville

liberty più famose della città, Casa Fenoglio-Lafleur, dal mercato di piazza Benefica e dalla stazione di Porta Susa.

Il pdv, che ospita al momento 50 coperti al chiuso e 36 nel dehors per pranzi e cene a base di "good carbs", presenta una importante novità: uno spazio dedicato alla *Bottega* nella quale acquistare pasta fresca, sughi, condimenti e tutti i prodotti che quotidianamente vengono serviti sulle tavole dei miscusi, forniti da produttori e artigiani italiani.

La Bottega, lanciata sul sito dell'insegna durante il lockdown, prende dunque la forma di un bancone gastronomico dove il "garzone" e la "mamma pastaia" guideranno i clienti nella scelta del menu, che, rinnovato per l'apertura torinese, va dal pranzo al volo alla cena con gli amici, fino alla lunga mangiata in famiglia. L'area ospita anche prodotti da frigo, da freezer e di merchandising: t-shirt, totebag, piatti, grembiuli e attrezzi da cucina firmati miscusi.

E le novità del brand nato a Milano che tra i suoi soci vede Angelo Moratti non finiscono qui: entro la fine dell'anno sarà inaugurata la *Farm*, un centro di R&D sulla biodiversità, pilastro della dieta mediterranea, base del menu di miscusi.

Il pollo filippino di Jollibee sbarca a Roma



Prima Milano, adesso Roma: il fast food asiatico **Jollibee** è arrivato nella Capitale. La catena con passaporto filippino che conta oltre 4mila locali in tutto il mondo, ha alzato la saracinesca a pochi passi da piazza Risorgimento.

Franchising internazionale cresciuto a partire da una semplice gelateria nel 1978, Jollibee è un punto di riferimento per la comunità "pinoy" (demonimo con cui ci si riferisce al popolo dell'arcipelago) che sta aprendo ai nuovi mercati, lanciando la sfida al pollo fritto di **KFC**.

Aperto nella Città Eterna a due anni di distanza dall'approdo italiano all'ombra della Madonnina in occasione del 40esimo anniversario dalla fondazione del brand, l'offerta culinaria del locale mette anche qui sul piatto i grandi cavalli di battaglia del format: dal pollo marinato e panato Chickenjoy con gli speziatissimi Jolly spaghetti a svariati tipi di Yumburgers.

Pulizia Sanificazione



Ristorazione



Facility Management



La difficile quadratura del cerchio

È autunno, tempo di vendemmia. Quest'anno, però, oltre a pigiare uva per ottenere buon vino, si è purtroppo costretti a vendemmiare anche dati che hanno, sfortunatamente, un pessimo sapore.

Questo vale per la pandemia che, dopo aver allentato la morsa nei mesi estivi, infesta tutto il mondo con rinnovata aggressività. E vale per il sistema economico, come ci dicono le assemblee di metà ottobre della Banca mondiale e del Fondo monetario. Le riunioni di entrambi gli organismi si sono svolte – secondo modalità divenute malinconicamente ricorrenti – in forma virtuale. Le conclusioni, invece, sono state concrete e dominate dall'analisi dei devastanti effetti del Covid.

Il virus, tornato a correre, demolisce i segnali confortanti che si erano manifestati durante l'estate.

Il clima più favorevole, fra l'altro, aveva spinto in risalita l'Esi, l'indice che registra "l'economic sentiment" dell'area Euro. Arduo pensare che questa tendenza possa durare con contagi in crescita a livelli da allarme rosso in molti Paesi, Italia inclusa.

Secondo il *World economic outlook* diffuso dal Fmi il 13 ottobre il Pil mondiale subirà quest'anno una contrazione del 4,4 per cento: meno a fronte delle stime di giugno, ma, comunque, un colpo durissimo. Stima la capoeconomista del Fmi, Gita Gopinath che la perdita cumulata, rispetto alle previsioni fatte prima dello scoppio dell'epidemia, ammonti a 11mila miliardi di dollari per il 2020-21; cifra che aumenta a 28mila miliardi, se si considera il periodo 2020-2025.

Malgrado il costo astronomico che il Covid ha inflitto al mondo, secondo il Fmi una ripresa è prevedibile. I suoi analisti si aspettano, per il 2021 un rimbalzo del 5,2 per cento: si tratterà, peraltro, di una ripresa "incerta e disuguale", esposta al rischio di nuove battute d'arresto se la pandemia dovesse, come molti temono, continuare a manifestarsi in forma grave anche nel 2021.

Le economie avanzate hanno tentato di far fronte a questa drammatica situazione: il Fmi calcola che siano state investite risorse per complessivi 12mila miliardi di dollari. Ma uno sforzo così rilevante ha solo contenuto danni più gravi e non eviterà, purtroppo, che le conseguenze del virus continuino a incidere negativamente e per molto tempo in futuro.

A preoccupare molto, in questo quadro, è il versante del lavoro.

In Europa – secondo l'Oil (l'agenzia specializzata dell'Onu nel campo della politica sociale) – la pandemia a fine anno avrà, direttamente o indirettamente, causato la scomparsa di 12 milioni di posti di lavoro.

C'è poi da considerare che il disagio sociale derivante dalla crisi è stato attenuato dalle misure di contrasto alla disoccupazione adottate in molti Stati anche grazie al rilevante intervento dell'Unione europea.

I destinatari di Cassa integrazione guadagni – calcola Eurostat – sono schizzati, nell'area dell'Unione, dai 2,4 milioni nel primo trimestre 2020 ai 19,3 milioni rilevati nel trimestre successivo; inoltre la contrazione delle ore lavorate risulta, mediamente, superiore al 10% con picchi, di quasi il 20% per cento, nei Paesi – Spagna, Portogallo e Grecia ai primi posti – nei quali la struttura produttiva è molto legata ad attività duramente colpite dall'effetto Covid (turismo, ospitalità e ristorazione, trasporto aereo).

Diventano perciò pressanti tre interrogativi: a) per quanto tempo ancora sarà possibile, per le finanze pubbliche, sostenere un impegno di questa entità; b) quali conseguenze, in termini di produttività e di capacità competitiva, potranno verificarsi su un

mercato del lavoro sottoposto a uno stress prolungato; c) quali scelte è opportuno adottare nei confronti delle attività maggiormente danneggiate e delle categorie in più grave difficoltà (lavoro autonomo e a tempo parziale; occupazione femminile e giovanile).

Si tratta di quesiti in attesa di una risposta convincente anche per il nostro Paese. In Italia la tenuta sociale è stata, sinora, complessivamente assicurata grazie al blocco dei licenziamenti (che durerà almeno sino a fine anno) e a un flusso rilevante di sostegni pubblici.

Questi ultimi, sommati allo sforzo di potenziamento del sistema sanitario, hanno fortemente contribuito all'innalzamento del debito a un livello (oltre il 160% sul Pil) che solo l'anno scorso sarebbe stato considerato impensabile. Le scelte pubbliche e i molti sacrifici del mondo produttivo hanno, nel loro insieme, creato le premesse per una "ripartenza" che ha trovato riscontro nei dati positivi rilevati dall'Istat in agosto e in settembre.

Ma lo scenario, tornato oscuro in autunno, non autorizza ottimismo.

Occorre anche tener conto che, nel confronto con gennaio, il tasso di disoccupazione risulta in netto aumento e lo è anche quello di inattività, indicatore che misura quanti una occupazione non ce l'hanno né la cercano.

Appaiono perciò più realistiche le previsioni del Fmi per l'Italia che si discostano, peggiorandole, da quelle del Governo. Il Fondo stima una caduta del Pil italiano del 10,6 % per l'anno in corso e un recupero, per il prossimo anno, del 5,2 per cento, cioè meno della metà del grave arretramento accusato in questo periodo. Sono previsioni che confermano che l'Italia non si trova certo in una fase di "post-emergenza" (come qualcuno aveva, con frettoloso ottimismo, immaginato) ma è invece obbligata ad affrontare una sfida tremenda dal cui esito dipende il futuro del Paese.

Sta diventando evidente che il Covid non sarà una fugace parentesi, mentre l'approdo a una "nuova normalità" (con più digitale; attraverso modiche nelle abitudini di consumo e grazie a un turismo diverso e più regolato) è affidato a tempi che, nelle condizioni del nostro paese, non risultano definibili. Diventa perciò calzante il richiamo formulato dal Governatore della Banca d'Italia. "Potremmo vivere una transizione complicata", ha avvertito Ignazio Visco (*Corriere della Sera*, 11 ottobre). Per l'Italia, con il suo alto debito, è inderogabile l'obiettivo della crescita, necessaria per contenere il rapporto fra debito e prodotto e per farci restare un Paese affidabile.

Rifugiarsi nell'immobilismo sarebbe la cura peggiore.

Appaiono invece urgenti scelte nette, fra le quali, in particolare : individuare e aggiornare costantemente un corretto punto di equilibrio tra l'azione di contrasto al virus e la tutela delle esigenze primarie della vita sociale e produttiva; operare, con lo scopo di rafforzare il sistema infrastrutturale, un deciso aumento degli investimenti, specie pubblici, ricorrendo a tutti gli strumenti messi in campo dall'Unione europea; puntare a una maggiore partecipazione al lavoro di donne e giovani.

È un insieme che ricorda la quadratura del cerchio. Che in certi tornanti della storia, tuttavia, diventa un dovere per tutti contribuire a realizzare.

Antonio Duva

**PRODOTTI DI
QUALITÀ,**
preparati giornalmente
nei nostri punti vendita.

**GRAB
& GO!**



wippy
Idea

SANIFICHIAMO
i nostri frigoriferi
grazie ad una
speciale pellicola
in grado
di abbattere
la presenza di virus
e batteri.

AREAS Italia

CONTINUIAMO A INVESTIRE IN **PROGETTI CONCRETI** CON L'OBIETTIVO
DI MIGLIORARE L'ESPERIENZA DEI NOSTRI CLIENTI IN STORE.
ABBIAMO ADEGUATO LA PROPOSTA FOOD E I NOSTRI SPAZI PERCHÉ
RISPONDANO SEMPRE PIÙ ALL'ESIGENZA DI MAGGIOR **SICUREZZA**.
#MANGIAQUI

areas 
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it



Un piatto sempreverde

Al tavolo out of home, surgelata da asporto o consegnata a casa, in teglia gluten free e gourmet: ovunque e comunque, resiste alle nuove mode alimentari e ai food trend imperanti l'amore degli italiani per la pietanza simbolo del Belpaese a tavola

di Massimo L. Andreis

Sono 8 milioni le pizze consumate ogni giorno in Italia. Il fatturato annuo del business legato a questo simbolo della cucina italiana nel mondo è di 15 miliardi di euro, per un movimento economico (horeca, gdo, frozen, equipment, etc) che supera complessivamente

te i 30 miliardi all'anno. Sono i numeri elaborati dal **Centro Studi Cna** (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa) su dati *Infocamere* e *Infoimprese*. Le realtà che vendono pizza lungo lo Stivale sono qua-

si 127mila: di queste, 76.357 sono esercizi di ristorazione, 40mila ristoranti-pizzerie e circa 36.300 bar-pizzerie (Tab. 1 nella pag. successiva). Ci lavorano quasi 105 mila pizzaioli, che raddoppiano nei fine settimana. La loro "arte" è stata inserita

come *Patrimonio dell'Umanità Unesco* nel 2017.

Vecchie e nuove abitudini: la forza del delivery

Agli italiani piace la pizza tonda, tradizionale e cotta a legna nel forno a pietra. Le varian-

Tab. 1

LA PIZZA NEL FUORICASA

Pizze consumate ogni giorno in Italia: **8 milioni**

Giro d'affari annuo: **15 mld di €**

Imprese con vendita di pizza: **127.000 di cui**

Esercizi di ristorazione: **76.357**

Ristoranti-pizzerie: **40.000**

Bar-pizzerie: **36.300**

Pizzaioli in Italia: **105.000**

FONTE: Ristorando Intelligence

ti più amate sono Marinara, Margherita, Napoletana e Capricciosa: rappresentano l'80% delle richieste.

Ma si fanno strada anche le pizze gourmet, con materie prime certificate. In un caso su due la fascia di prezzo non supera i 7 euro ma c'è una fetta crescente di consumatori, pari oggi al 4% circa, disposta a superare la soglia dei 10 euro per impasti speciali e ingredienti ricercati. Se (prima della pandemia) il 75% della clientela ama(va) gustare l'orgoglio di Napoli servito al tavolo, cresce (e cre-

scerà con tutta probabilità nei prossimi, difficili mesi) anche il consumo della pizza surgelata tra le mura di casa: gli italiani ne hanno acquistate 240 milioni per un giro d'affari di 254 milioni di euro (Tab. 2).

Ma è certamente il delivery la modalità di acquisto che sta conoscendo la progressione più impressionante, complice naturalmente il lockdown di marzo e, c'è da attenderselo, le restrizioni introdotte da fine ottobre con la chiusura della ristorazione alle 18. Basti dire a riguardo che nel periodo del

blocco primaverile, la richiesta di pizza è aumentata del 15% su una delle principali app di consegna a domicilio, **JustEat**. Che, nella top 10 delle cucine più ordinate dagli italiani, conferma anche quest'anno la predilezione proprio per la pizza. E che sia sempre più un "must have" lo sottolinea anche **Elisa Pagliarani di Glovo Italia**. Per la general manager dell'applicazione presente in 140 città italiane con 10mila ristoranti partner e altrettanti rider, è certamente uno dei cibi più richiesti dagli utenti: "Durante il lockdown è rimasta in testa alla preferenze degli utenti, conservando il secondo posto del podio dopo l'hamburger e prima della cucina italiana".

In termini generali, confrontando il periodo del lockdown e la successiva "Fase 2" di graduale riapertura, a maggio 2020 l'hamburger si attestava in vetta alla classifica in termini di ordini (+295% vs aprile), seguito

proprio dalla pizza (+15%) e dai dolci (+21%).

Nel mese di settembre 2020, dopo la pausa estiva, l'hamburger si è riconfermato al primo posto (+16% rispetto a giugno), mentre la pizza è sempre al secondo (+5%) e la cucina italiana al terzo (+16%).

Tra le pizze più richieste dagli italiani che usano Glovo, troviamo al primo posto la Margherita, seguita da varianti Bufala e Diavola.

Alice: crescita a trazione settentrionale

Alice Pizza alla conquista del nord Italia: la pizza romana in teglia, vanta oltre 180 pizzerie attive (un centinaio tra Roma e hinterland capitolino, alcune all'estero, tra cui a Madrid Filadelfia e Malta) e nonostante la pandemia punta a chiudere il 2020 con una decina di locali in più: solo il primo passo di una strategia di crescita a trazione



IGIENE DELLE MANI

www.grupposds.it



SDS
simplify your work



Rubbermaid
Commercial Products
SDS Master Distributor Italia

Riducete i rischi di contaminazione per clienti e dipendenti garantendogli comfort e sicurezza



FLESSIBILITÀ



AFFIDABILITÀ



DURABILITÀ



STAZIONE PER IGIENE DELLE MANI SENZA CONTATTO & DISTRIBUTORE AUTOFOAM

S.D.S. srl Via Campo dei Fiori, 13 - 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 - Fax (+39) 02 37074208 - sds@grupposds.it





CLAUDIO BAITELLI,
ceo Alice Pizza

settentrionale che punta ad aprire 30 ristoranti nel 2021, soprattutto in conduzione diretta nel nord dello Stivale, come

con 47 pizzerie in diretta, ora sono 40", spiega Baitelli, "il resto della rete è fatto da affiliati. In passato, l'affiliazione è stato quasi il motore unico del nostro sviluppo. L'entrata del fondo IDeA Taste of Italy ha portato a dare un ruolo prioritario all'espansione in diretta delle pizzerie".

Nel tempo, la logica dello sviluppo di Alice ha visto la compresenza di pizzerie in centri commerciali con flussi importanti e in quartieri molto vissuti dalle persone. In questo senso, "il Covid-19 ha cambiato il nostro modo di scegliere le opportunità di espansione,



ha annunciato il ceo del brand **Claudio Baitelli** in occasione della recente opening del pdv milanese di corso Buenos Aires. Che ha visto anche il taglio nastro della seconda Accademia dell'insegna creata 30 anni fa esatti a pochi passi da San Pietro dal pizzaiolo **Domenico Giovannini**, che ha saputo creare un progetto di ampio respiro, cresciuto grazie al franchising: "Chiuderemo l'anno

spingendoci a posizionarci in zone in cui si sviluppa una vita intensa, vissuti dai residenti", precisa il manager.

Tra i 50 e gli 80 mq di superficie media, da 5 a 8 addetti per punto vendita, uno scontrino che varia tra 7,50 e 8,50 euro: è in questi numeri l'essenza di una formula easy, estremamente flessibile, al cui cuore c'è un prodotto venduto a peso: "Banalmente, un consumato-

Tab. 2

LA PIZZA SURGELATA IN ITALIA

Pizze surgelate mangiate in un anno: **240 milioni**

Il valore di mercato nazionale delle pizze surgelate: **254 mln di €**

Le famiglie che consumano pizza surgelata: **16 milioni**

I consumi 2018 di pizza surgelata: **91.500 tonnellate**

Il peso della pizza sui consumi totali di surgelati: **12%**

Le pizze surgelate Margherita consumate in un anno: **110 milioni**

FONTE: Ristorando Intelligence

QUANDO L'IMPASTO PIZZA SENZA GLUTINE È PRATICO E VERSATILE.

- MONOPORZIONATO
- SURGELATO
- SENZA GLUTINE
- SENZA LATTOSIO

DrSchär Foodservice

IMPASTO PIZZA
THE BEST FOR YOUR GUESTS

re potrebbe andare al banco e chiedere di ricevere un taglio di pizza per 2 euro", precisa il nostro interlocutore, prima di precisare ulteriormente la particolarità dell'offerta: "Da noi è davvero raro che le persone ordinino un solo gusto: non a caso hanno un grosso riscontro le varianti che interpretano i classici piatti romani, come la cacio e pepe, la gricia, la crostino, la fiori di zucca e alici e la pala con la mortadella".

Per la cottura della pizza, i locali Alice usano un forno elettrico ad alte temperature, ma fondamentale è l'abilità del pizzaiolo, formato all'interno dell'Accademia: "Sia a Milano che a Roma, questa non è solo fucina di formazione per le nostre nuove maestranze ma una vetrina aperta anche a bambini e adulti desiderosi di conoscere i segreti della pizza romana, per i quali organizzeremo dei corsi ad hoc".

Non va neppure tralasciata l'importanza delle materie prime: per la farina viene impiegata una miscela di tipo 0 studiata dal fondatore in collaborazione con importanti molini italiani. Anche la polpa di pomodoro e la mozzarella sono 100% italiani. Per altri ingredienti, come verdure secondo stagione, affettati e formaggi, l'approvvigionamento è locale: è il caso della porchetta di Ariccia, utilizzata in una pizza molto legata al territorio.

Ricette che si possono gustare anche in versione take away e arrivano anche a casa dei consumatori grazie al delivery. Se il primo non è certo una novità ("La pizza al taglio nasce proprio per essere incartata mangiata camminando, in ufficio, a casa"), nell'ultimo anno Alice è approdata sulle maggiori piattaforme e, con l'App Alice Pizza, permette di ricevere a casa la pizza, gratis per ordini superiori a 10 euro. Risultato: il delivery arriva a pesare per il 20% sulle vendite di alcuni pdv.

Berberè: l'importanza dell'artigianalità

Con 13 locali tutti in conduzione diretta cui si unisce un ristorante a Londra del quale ha appena riacquisito tutte le quote societarie, **Berberè**, insegna nata a Castel Maggiore (BO) nel 2010 da un'idea di **Matteo e Salvatore Aloe**, è un esempio di come un prodotto tradizionale possa evolversi in direzione dei food mood emergenti tra i consumatori. Se infatti la Margherita rimane la più ordinata con il 38% delle preferenze, seguita da Bufala e dalle diverse Stagionali, cre-



sce la richiesta dei consumatori per materie prime di qualità e attenzione ai processi, soprattutto per le fermentazioni. "Per fare una buona pizza artigianale", ci spiega Salvatore, "occorrono pochi ingredienti ma di altissima qualità. Le nostre farine per l'impasto sono



MATTEO E SALVATORE ALOE,
titolari Berberè

semintegrali biologiche, frutto di un percorso di ricerca e sperimentazione con Alce Nero durato anni, e contengono all'interno fibre, vitamine idrosolubili e tutti gli oligoelementi presenti nel chicco. Per la farcitura l'85% delle materie prime che utilizziamo sono bio, come la bufala Ponterè di Cancellò ed Arnone, l'olio d'oliva extravergine e il pomodoro di Alce Nero, per citarne alcuni". Per la cottura invece, nella maggior parte dei locali ci si affida a un forno a unità elettrica con piatto in pietra rotante, in grado di mantenere costante la temperatura di cottura (320°)

su tutta la superficie del piano. Scontrino medio di 15 euro, tutti i locali prevedono il delivery e l'asporto, che rappresentano normalmente il 15% delle vendite, percentuale schizzata al 50% nel periodo del blocco. Caratterizzati da superficie medie di 230 mq per circa 70/80 sedute oltre allo spazio esterno ove possibile, tutti i locali della catena sono ubicati in centri città tranne il primo aperto nel CC Le Piazze Lifestyle Shopping Centre di Casal Maggiore, e danno lavoro a oltre 100 addetti. La cui formazione è centrale nella strategia del brand: l'artigianalità del prodotto è l'essenza e la sfida di Berberè: "Per noi il 'lavoro' nel senso di 'mestiere' è frutto di esperienza e saperi da tramandare. Per la gestione dei pdv, tutta centralizzata, ci

ispiriamo alle grandi catene internazionali". Con queste basi forti Berberè punta ad aprire nel 2021 altre due location nel nord Italia e a crescere in UK.

Pizzium: materie prime di eccellenza

Nata nel 2017 dalla collaborazione tra **Stefano Saturnino**, **Nanni Arbellini** e **Ilaria Puddu**, il primo pdv a insegna **Pizzium** apre a Milano in via Procaccini. Tre anni dopo i locali sono diventati 20, di cui 4 aperti quest'anno, principalmente nel nord e nel centro Italia. Che rimane il mercato su cui è focalizzato lo sviluppo, che per il 2021 prevede altri 10 tagli nastro in conduzione diretta, la modalità di gestione di tutti i ristoranti. "Il 95% dei nostri ristoranti ope-



STEFANO SATURNINO,
Ad Pizzium

rano in zone residenziali e con uffici, ad eccezione di quello nel Serravalle Retail Park", ci dice l'Ad Saturnino. Con un fatturato medio di 90mila euro al mese per pdv, dimensioni pari a 230 metri quadri e circa 90 posti a sedere, sono 10-11 le persone impiegate in ciascuna location, dove i prezzi variano da 7 a 12 euro, per uno scontrino medio di 18.

"Indubbiamente le pizze più vendute sono la Margherita e la Bufalina; tra le pizze Regionali, nostro fiore all'occhiello, le più richieste sono la Puglia con burrata pugliese e capocollo, la Piemonte con salsiccia di Fassona e olio al tartufo, e la Friuli Venezia Giulia con prosciutto crudo San



Daniele e scaglie di Montasio". Le pizzerie del marchio utilizzano sia forni elettrici che a gas, a seconda delle caratteristiche del locale. Le materie prime sono "tutte di eccellenza, Dop e Igp: farina Petra del Molino Quaglia; fior di latte d'Agerola campana proveniente da caseifici locali; olio extra vergine d'oliva del Frantoio Guglielmi; fornitori locali per gli ingredienti delle Regionali". Pizzium prevede asporto e delivery: "Quest'ultimo, fondamentale durante il lockdown per non chiudere, ha un'incidenza del 15% sul fatturato".

Ghost kitchen e delivery: il "caso" 85 pizza

Della forza propulsiva del blocco primaverile ne sanno qualcosa anche i fondatori della milanese **85 pizza**.

"Abbiamo consegnato la prima pizza il 12 febbraio 2020: è questa la data che per noi segna l'inizio dell'attività, al di là dei mesi necessari alla messa a terra del progetto", così esordisce **Marco Caputo**, co-founder della start up che ha scelto di puntare su tre food trend del momento: una ghost kitchen (lato produ-



MARCO CAPUTO,
co-founder 85 pizza

zione), il delivery (lato consegna) e una pizza dalla qualità "certificata", realizzata con materie prime presidio Slow Food (lato prodotto).

Collocata in via Padova, nella "cucina segreta" del brand si impiegano prodotti rigorosamente Dop e Igp: "Usiamo solo eccellenza nostrane controllate dal nostro chef Samuel mentre il forno elettrico di ultima generazione è della Moretti Forni", riprende il giovane imprenditore. Tre gli addetti che operano stabilmente nel laboratorio dell' insegna, nata volutamente senza prevedere la somministrazione tradizionale al pubblico: è infatti il delivery del prodotto entro un raggio di 3-5 chilometri, gestito in autonomia, il terzo elemento differenziante di questo progetto imprenditoriale: "Abbiamo una flotta full electric, fattorini con contratti regolari, che effettuano la consegna delle pizze posizionate nei nostri Hotbox. Non un semplice contenitore, ma un vero e proprio forno professionale che mantiene gli alimenti al di sopra dei 65°C, la temperatura minima secondo le normative HACCP. In particolare, Hotbox viene impostato a 85°C per il trasporto della pizza, il livello ottimale per la conservazione del prodotto. A ciò si somma il deumidificatore con ricircolo d'aria, che espelle l'umidità in eccesso sotto forma di acqua. Per questo la nostra pizza non arriva né fredda né gommosa al cliente".

Inutile dire che il lockdown, arrivato un mese dopo l'avvio dell'attività, ha dato un impulso significativo, specie in termini di accelerazione iniziale. Con risultati sorprendenti: "Mai ci saremmo aspettati dopo tre settimane dallo start di essere a pieno regime con la cucina. Abbiamo retto bene lo stress test, anche se è stato un periodo complicato: sveglie alle 4 per recuperare la mozzarella, problemi con fornitori e trasporti e per il reperimento iniziale dei DPI da usare sempre. Dopo la riapertura del

TUTTOFOOD MILANO

International Food Fair



fieramilano 17-20 may 2021

Adding value to taste

MEAT / GROCERY / SEAFOOD / DAIRY / FRUIT / WINE /
DRINK / SWEET / HEALTH / DIGITAL / PASTA / OIL /
FROZEN / WORLD / SERVICES & MISCELLANEOUS

ITA®
ITALIAN TRADE AGENCY



FIERA MILANO

MARR

dove c'è ristorazione

Made in Italy



MARR

OFFICIAL PARTNER
2020



Sempre al fianco del Cliente



Scopri di più,
consulta il Catalogo

Made in Italy è il valore aggiunto in grado di evocare un gusto unico e autentico, capace di trasmettere le abilità tipiche del sistema produttivo italiano, è l'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo. Ecco perché **MARR** vuole sostenere le filiere agroalimentari nazionali e valorizzare i prodotti italiani, offrendo agli operatori della ristorazione una selezione di prodotti **Made in Italy**.

Un'ampia offerta di salumi tipici, formaggi di eccellenza, ma anche olio, pasta, carne, prodotti ittici e verdure surgelate. Mangiamo bene, mangiamo italiano!



MARR SpA via Spagna 20 - 47921 Rimini tel. +39 0541746111 - marr@marr.it - www.marr.it

*Per informazioni sulla sostenibilità di MARR è possibile consultare il sito www.marr.it alla sezione Sostenibilità



18 maggio gli ordini sono calati, per poi riprendersi da settembre e tornare ai livelli del periodo di quarantena".

Non è difficile attendersi che con le nuove restrizioni causate dalla pandemia, ora il business rimetta le ali: "Vogliamo aprire una seconda cucina entro la metà del 2021, per poi arrivare a 4. Allo scopo si è aperta da poco una raccolta fondi da cui siamo fiduciosi arriverà linfa per la nostra crescita", chiosa Caputo la sua disamina su un mercato in cui 85 pizza è appena entrata, testimoniando come, accanto alla tradizione, quello della pizza sia un mondo aperto all'evoluzione di prodotto di servizio e delle modalità di vendita.



AUGUSTO CONTRACT: COME TI PROGETTO LA PIZZERIA

Nel 2019/2020 **AUGUSTO Contract** ha realizzato 64 nuovi locali in 6 nazioni e 2 continenti: 27 in centri commerciali, 3 in ospedali, 32 in high street e 2 nel travel retail. Sono 23 le insegne con cui collabora o ha collaborato. Tra esse spiccano ben 6 marchi specializzati o che prevedono anche l'offerta di pizza. Ai quali sono stati consegnati "chiavi in mano" 7 pdv a insegna **Alice Pizza** e altrettanti **Pie Pizza Italiana Espressa**, 4 location **Antica focaccia San Francesco**, 2 **Domino's** e **O fiore mio** e 1 **Romoletto**.

"Nella progettazione di una pizzeria è importante valorizzare il prodotto, specie se è al taglio", esordisce **Giacomo Racugno**, ceo del general contractor jesino. "Occorre allora avvicinare la vetrina espositiva alle aree di maggior traffico, verso la via esterna o all'ingresso. Le luci postano attenzione sul prodotto e devono essere direzionate, l'aerazione è importante soprattutto se c'è un laboratorio, da mettere in evidenza senza sminuire l'area vendita. Il profumo di pizza deve essere permanente ma non un disturbo; sono prediletti i colori caldi o neutri che generano appetito mentre i materiali devono essere naturali, poco trattati o lavorati".

Elemento centrale è ovviamente il forno: selezionato dal cliente in base al tipo di offerta, ad Augusto contract compete l'installazione e a volte l'acquisto su specifiche del committente. Insieme al quale, come sottolinea il manager, avviene la progettazione del ristorante, unitamente alla squadra di produzione e vendita.

"Stiamo studiando dei sistemi modulari di arredamento per ogni format che consentono il riutilizzo in caso di cambio strategia o spostamento di location", prosegue Racugno. Che ci spiega come il Covid stia inevitabilmente impattando anche sulla progettazione: "Vengono prediletti spazi con pianta regolare a vantaggio dello stazionamento e del movimento dei clienti. I materiali devono garantire sicurezza al tatto e gli elementi di arredo non devono richiedere interazione per il funzionamento (ad esempio porte con sensori per l'apertura). Ma ora è basilare la giusta separazione dei flussi di persone: la clientela che mangia sul posto, quella che opta per l'asporto, il personale e i rider per il delivery".

In particolare, la consegna sta influenzando in modo significativo sulla progettazione non solo dei flussi ma anche degli elementi di arredo: "Per rendere la gestione delle operazioni di ritiro più efficace, si impiegano sistemi di arredamento integrati con la tecnologia specifica, come, per esempio, le lampade riscaldanti per una corretta temperatura di evasione degli ordini, o anche scaffali in cui questi ultimi vengono collocati e ben individuati", chiarisce il ceo.

Un altro must emergente è quello di sfruttare al massimo gli spazi esterni e le aree all'aperto. In questo ambito Augusto contract, forte dell'esperienza maturata con la realizzazione di chioschi in gallerie, mall e pdv nel travel retail per diversi clienti, ha sviluppato Pop Up Café: "si tratta di chioschi 'chiavi in mano' specifici per la ristorazione, per cui ci occupiamo anche delle pratiche necessarie all'installazione".



GIACOMO RACUGNO,
ceo **AUGUSTO Contract**



LE PIZZE GLUTEN FREE DI DR. SCHÄR FOODSERVICE



Nel 1981 nasce **Dr. Schär**, che da pioniere in un mercato di nicchia diventa leader in Europa nelle soluzioni per specifiche esigenze alimentari. Nel 2009 viene istituita **Dr. Schär Foodservice**, la divisione dedicata al canale Horeca, che rappresenta il 10% delle vendite, dietro a Gdo (38%) e farmacie e negozi specializzati (52%). Oggi l'azienda di Postal (BZ) ha un fatturato di 375 milioni, 627 dipendenti in Italia e 1.364 nel mondo (2019). Sono 18 le sedi di produzione e distribuzione ubicate in 11 Paesi.



LEX BARREVELD,
Head of Foodservice
sales Italy

Tra le numerose produzioni a catalogo, Dr. Schär offre due tipologie di pizza surgelata pronta: la Margherita da 350 grammi e Salame da 375. Entrambe senza glutine e senza lattosio sono preparate con il 13% di pasta madre. Per chi desidera personalizzare la farcitura, è disponibile la *Base Pizza Schär*: già stesa, precotta, congelata e fornita in una teglia anticontaminazione, è pronta per essere farcita e infornata dopo pochi minuti a temperatura ambiente. Sempre della categoria frozen, l'*Impasto Pizza Schär* è un prodotto gluten free, monoporzione e versatile, perché consente di preparare, oltre alla pizza, piatti come gnocchi e strozzapreti e perfino salatini e grissini. Si presenta come una pallina surgelata, pronta per essere lavorata in base alla fantasia del pizzaiolo.

Pizza Mix Schär è invece un preparato privo di glutine, frumento, lattosio e conservanti, con un buon contenuto di fibre vegetali: pensato per creare qualsiasi tipo di pizza, assicura un'ottima resa e una facile lavorazione, grazie all'elasticità dell'impasto e alla lievitazione. Disponibile nel formato da 1 kg, presenta una shelf life di 12 mesi.

Infine, per stendere e lavorare la pizza, la *Farina Stendipizza* di riso da 5 kg è perfetta, anche per le impanature.

"Dal punto di vista dei consumi, registriamo una maggiore sensibilità salutistica del consumatore celiaco, attento alla qualità nutrizionale oltre che al sapore e questo condiziona nuovi driver del nostro business, nella casa e nel fuoricasa", spiega Lex Barreveld, Head of Foodservice sales Italy dell'azienda altoatesina.

"Oggi non si può prescindere dal proporre prodotti buoni da tutti i punti di vista, pensati per unire al meglio esigenze di gusto e benessere. Lato produzione, basilare è operare sulla qualità nutrizionale dei prodotti, partendo da una selezione accurata della materia prima: cereali, semi, legumi senza glutine per natura, in grado di offrire un ricco apporto di sostanze vitali e nutrienti di prima qualità, assicurando varietà e nuove sfumature di gusto".

Dr. Schär Foodservice ha stretto molte partnership importanti dalla sua fondazione nel mondo della ristorazione, tra l'altro con **Rossopomodoro**: *"Sono 45 i locali del Gruppo Sebeto dove è possibile gustare una deliziosa pizza verace napoletana senza glutine, preparata con impasti e farine Quality by Schär combinati con gli ingredienti del brand campano".*



Testimonial d'eccezione
lo chef Simone Rugiati.

Techfood si riserva di apportare modifiche in qualsiasi momento senza preavviso

**COMBI
WAVE**

PRESENTI A:



SMART

**PICCOLE DIMENSIONI,
GRANDI PRESTAZIONI**

**TEMPI DI COTTURA
RIDOTTI FINO A 20
VOLTE.**

I forni Combi Wave sono sistemi da banco caratterizzati da una grande versatilità e facilità di installazione, grazie a dimensioni compatte e semplicità di utilizzo. La scelta ottimale per un servizio veloce, a vista e con la possibilità di servire centinaia di proposte. Finalmente una soluzione per cuocere, grigliare, tostare, scongelare e rigenerare in poco tempo e poco spazio prodotti freschi o surgelati, come primi piatti, secondi, hamburger, fritti misti e sandwich.



CUCINA ON
DEMAND E
SENZA SCARTI



NON NECESSITA DI
CANNA FUMARIA



TURBO
VENTILAZIONE
SCONGELA
RAPIDAMENTE



INFRAROSSI PER
L'EFFETTO CRISPY



MICROONDE PER
LA COTTURA
DALL'INTERNO



CONVERTITORE
CATALITICO
ELIMINA FUMI E
ODORI



90"

HAMBURGER*



40"

CLUB SANDWICH



120"

FRITTI MISTI*



90"

PIZZA*



120"

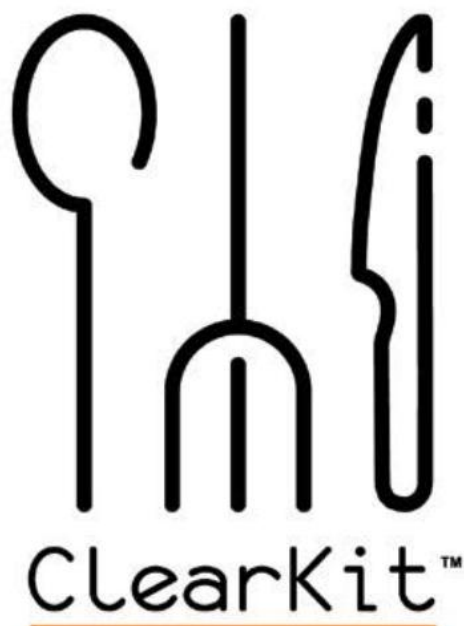
PASTA

*Le tempistiche di cottura fanno riferimento a prodotti surgelati.

TECHFOOD
HORECA INNOVATIONS

f t g techfood.it

800 014 405
CHIAMATA GRATUITA



Siamo specializzati nel **noleggio di posate in acciaio “made in Italy”, lavate, sanificate ed imbustate.**

Garantiamo **una completa sanificazione** ed **assenza di manipolazione del prodotto** fino alla tavola, evitando qualsiasi tipo di contagio e contaminazione esterna.

Diamo la possibilità di **personalizzare i kit** sia come composizione che come veste grafica (possibilità di inserire logo, immagini, testi customizzati).

Le confezioni



POLIPROPILENE

Il classico materiale plastico per il confezionamento di alimenti e generi affini. Leggero, resistente e affidabile.



MATERIALE BIO COMPOSTABILE

Stampato con inchiostri compostabili, mantiene le caratteristiche dei migliori materiali plastici pur non essendolo. Totalmente biodegradabile, rispetta l'ambiente ed è più facile da smaltire.



CARTA

Il classico per eccellenza, elegante e raffinato resiste alla concorrenza dei materiali più moderni.

FORNITORI PER L'HORECA: MENÙ E PIZZA+1

Menù è un'azienda fondata da **Romolo Barbieri** nel 1932 come salumificio. Oggi le sue oltre 1.000 referenze (condimenti, salse e creme, funghi, primi piatti, pietanze, preparati per dolci e dessert) raggiungono più di 30mila attività ristorative di tutta Italia, grazie a una rete vendita che conta 380 agenti, cui si affianca una presenza sempre più capillare anche all'estero, in paesi quali Germania, Austria, Spagna, Francia, UK e Stati Uniti.

Con 93 milioni di euro di fatturato e 250 addetti, l'azienda modenese è presente nel canale Horeca con diverse soluzioni per chi non produce ma vuole offrire la pizza. La più performante è senz'altro la **Pizza P.A.L.A. by Menù**: di forma rettangolare, l'elevata idratazione (l'impasto alveolato contiene fra il 75 e l'80% di acqua) e i pochi ingredienti utilizzati la rendono fragrante, leggera e digeribile. Se di pizza in Pala se ne vendono 700mila all'anno, sono circa 30mila i pezzi di **Base Pizza Rustica**: si tratta di una classica pizza tonda precotta da farcire e infornare, prodotta artigianalmente con lievito fresco naturale e stesa a mano dopo 24 ore di lievitazione. Infine, l'azienda produce 110mila pezzi di **Base Pizza Gluten Free** destinati agli intolleranti al glutine.

Nata 25 anni fa con una piccola produzione in teglia, oggi l'emiliana **La Pizza+1**, forte di 47 dipendenti stabili (e circa un centinaio di risorse da cooperativa), 25 milioni di fatturato, 4 milioni di teglie prodotte ed export in 14 Paesi (tra cui Australia, Giappone, Stati Uniti), fornisce le sue referenze a Horeca, Gdo e a numerose aziende italiane di catering.

Attiva nella produzione di pizza e focaccia fresca, a breve l'azienda raddoppierà la capacità produttiva con l'inaugurazione – prevista tra fine 2020 e inizio 2021 – accanto a quello esistente, di un secondo stabilimento di 4.600 mq alle porte di Piacenza.

Tra le numerose referenze a catalogo, la Pinsa è stata premiata al recente **Cibus Forum 2020** di Parma come "Migliore innovazione di prodotto pizza 2019", nell'ambito dei **DolciSalati&Consumi Award**.



LA SCELTA DEL FORNO

La scelta del forno professionale per pizzeria che più si adatta alla propria attività può dipendere da molti fattori: il tipo di pizza che si produce (se si inforna in teglia o direttamente sul piano cottura), le quantità sfornate giornalmente e il gusto personale del pizzaiolo.

Tre le tipologie più diffuse: **a legna, a gas o elettrico**. Il primo si avvale del calore sprigionato dall'ardere della legna, il secondo va in temperatura sfruttando la fiamma che brucia nella parte inferiore della camera di cottura e il terzo utilizza il surriscaldamento di una serie di resistenze.

Ogni tipologia si adatta a un tipo di utilizzo/attività: il forno elettrico, facile da usare e pulire, è ideale per chi si dedica alla preparazione di pizze al taglio, e offre temperature che possono superare i 400 gradi in totale sicurezza.

Il forno a gas è invece perfetto per produrre pizze e focacce cotte secondo i dettami della tradizione italiana, partenopea in particolare: garantisce infatti morbidezza al centro e croccantezza sui bordi. Predisposto per impianti Gpl o metano e dotato di un sistema di scarico dei fumi, si pulisce agevolmente ed è piuttosto conveniente in termini di costi di esercizio. Infine, il **forno a tunnel** può essere sfruttato per preparazioni alternative a pizze e focacce. Privo di sportelli e utensili, qui è il nastro a trasportare il prodotto da cuocere: basta impostare la temperatura di cielo e platea e il tempo di permanenza in forno.

A.A.



La doppia sfida di Doppio Malto

Crescere nel retail e aumentare la produzione di birra artigianale grazie all'apertura di una decina di location e del nuovo birrificio "verde" di Iglesias: ecco gli obiettivi di Foodbrand che possiede il marchio

di M.L.Andreis



Doppia sfida per **Doppio Malto**: l'insegna specializzata nell'offerta di foodandbeverage "a tutta birra" è pronta a portare alla piena operatività (pari a 5 milioni di litri all'anno) il secondo birrificio "verde" di proprietà realizzato a Iglesias, in Sardegna, che affiancherà quello di Erba (CO) attivo dal 2004, e inaugura 3 nuovi ristoranti entro la fine del 2020. Oltre alle previste opening a Udine e nel CC Maximo in apertura a Roma, ha già alzato la saracinesca la mega location di Milano zona Navigli, che segna l'approdo del format nella sua città d'origine. Tre tasselli di un programma di sviluppo

che per il 2021 prevede altre 10 location, tra cui spicca l'apertura nel Regno Unito, a Glasgow, primo passo della penetrazione del brand nel mercato britannico.

Retail, ecommerce e Gdo

Ma tornando in patria, quella milanese appena aperta non è una location qualunque ma la vetrina del cammino che il brand ha fatto in questi anni: 1.000 mq su due piani più altri 423 all'aperto, dove, accanto ai giochi (tavoli da pingpong, biliardo, scacchi giganti, calciobalilla e freccette), il fio-

re all'occhiello è una piccola fabbrica di birra interna: il Km Zero fatto e... servito insomma, come sottolinea **Giovanni Porcu**, ceo di **Foodbrand Spa**, che possiede il marchio Doppio Malto.

Nata come licenziataria di alcuni importanti format di ristorazione commerciale, l'incontro della società con l'insegna brassicola lombarda segna la svolta: rilevato nel 2016 il birrificio di Erba, parte l'idea di sviluppare un modello nuovo di distribuzione della birra attraverso il retail. Detto, fatto: sempre nel 2016 apre il primo ristorante Doppio Malto nell'outlet di Scalo Milano.

Alla fine di quest'anno i locali operativi saranno diventati 21 (tra cui uno in Francia) dei quali 7 in franchising e 14 in



GIOVANNI PORCU,
ceo Foodbrand

ABBIAMO CREATO IL DISPENSER CONTACT-FREE.



iobevo.com/contactfree

Scopri il prelievo senza contatto

General
Beverage **io**
bevo

f i t i n
iobevo.com

Numero Verde
800 850 900





L'INDENTIKIT DI DOPPIO MALTO

Dimensioni medie locali: **5/600 mq**

Numero medio delle sedute: **circa 200**

Numero medio addetti per pdv: **18/20**

Fatturato medio locale: **1.4 milioni di euro**

Scontrino medio: **18 euro**

Location: **retail park** (Settimo Cielo Settimo Torinese); **centri commerciali** (Curno, Il Giulia di Trieste, Saint-étienne in Francia, Marcon, Roma Maximo, Fiume Veneto); **outlet** (Scalo Milano); **centri urbani** (Vigevano, Reggio Emilia, Dormelletto in provincia di Novara, Bologna, Cagliari, Olbia, Verona, Casnate, Erba, Asti, Udine)

Birre top seller alla spina: **1 Pils, 2 Leila, 3 Brass**

Birre top seller online: **1 Summer, 2 Stone, 3 Pils, Mahogany, Bitter**

conduzione diretta: in tutti, il cuore dell'offerta è basata su 14 birre artigianali, cui se ne aggiungono 4 speciali a rotazione stagionale. Garantite da 100 premi internazionali collezionati in questi anni che fanno del brand uno dei più premiati d'Europa, sono acquistabili anche attraverso l'e-commerce: lanciato durante il lockdown, ha visto un notevole incremento delle birre vendute (oltre 12mila bottiglie dal blocco ad ora), in particolare la Summer, la Stone e la Oak.

Prove generali di sbarco nella Gdo, come ha annunciato Porcu durante il taglio nastro del pdv meneghino. Che oltre ad essere un vero e proprio birrificio con cucina nel cuore di una

città che da tempo punta sulla mobilità sostenibile per scelta e adesso ancor più per necessità, è bike friendly: nel cortile infatti non solo è presente un parcheggio per le biciclette, ma chi arriverà sulle due ruote sarà premiato con una prima birra offerta. E ancora: all'interno del locale sarà possibile acquistare una damigiana da due litri del valore di 10 euro, che potrà essere riempita alla spina e riutilizzata più volte, così da ridurre il più possibile gli sprechi.

Una vocazione "verde" che caratterizza anche il nuovo stabilimento sardo: "Il birrificio di Iglesias, in funzione a partire dal primo trimestre 2021, è stato progettato con ridotto im-

patto ambientale e la quasi totalità del fabbisogno energetico viene soddisfatta da un campo di pannelli solari", precisa il ceo. Che non nasconde l'ambizione di fare un salto di... quantità proprio grazie all'apporto del nuovo sito produttivo: "Se ad oggi il 90% della produzione è destinata ai pdv Doppio Malto, dove l'incidenza della birra ammonta al 25% circa delle vendite medie per locale, l'incremento dei volumi, passati dai 400mila litri prodotti nello stabilimento di Erba del 2018 agli oltre 600mila dello scorso anno, ci consente di guardare anche alla gdo, il nostro prossimo traguardo, grazie a un potenziale produttivo che con Iglesias arriverà a 5 milioni di litri all'anno".

Sviluppo a tutto campo

L'obiettivo in tutti i canali in cui opera il brand è quindi quello di crescere, sulla scia di numeri eccezionali registrati nell'ultimo anno: il gruppo vanta un fatturato globale 2019 di 16 milioni di euro, risultato del raddoppio degli incassi rispetto all'anno precedente, e a vendite medie per location pari a 1,4 milioni di euro.

Numeri che sono musica per le orecchie del manager sardo, in ideale sintonia con lo scopo che il format, in tutti i suoi ristoranti in Italia e all'estero, si prefigge per i suoi clienti: offrire spazi ampi, attività ludiche, buon cibo italiano accompagnato da ottima birra artigianale, con una spesa alla portata di tutte le tasche. Piccole oasi di relax, di svago e, perché no?, di felicità in un'epoca contrassegnata dalla duplice sfida sul fronte sanitario ed economico.

Una sfida che Doppio Malto è pronta a raccogliere, anche forte della presenza di delivery e asporto in tutti i locali della catena: se oggi questi due canali di vendita rappresentano "solo" il 3,5 e l'1,5% rispettivamente, tutto è pronto per incrementare i volumi di cibi e bevande portati direttamente a casa, all'occorrenza.





GAMMA AI CINQUECEREALI IL CUORE DELLA NATURA

FRUMENTO, SEGALE, RISO, ORZO E AVENA: INGREDIENTI SEMPLICI
DAL SAPORE AUTENTICO, PER LA NOSTRA GAMMA DI CORNETTI AI
CINQUECEREALI CON LIEVITO MADRE.

Cornetti Cinquecereali: Vuoto, Miele e Frutti di Bosco



ilpasticcere.it
informazioni@ilpasticcere.it
Numero Verde 800 199 690



Food security: **un impegno per la pace e la lotta al Covid-19**

Il catering per le collettività è un patrimonio strategico per gli utenti, le municipalità e le aziende impegnate a mantenerlo in essere, anche nei contesti più difficili come quello della pandemia in atto

di Emilia Guberti

LIl premio Nobel per la pace 2020 è stato assegnato al World food programme (WFP) agenzia per gli aiuti alimentari delle Nazioni unite con sede a Roma, premiata: "Per i suoi sforzi per combattere la fame, per il suo contributo al mi-

glioramento delle condizioni per la pace in aree colpite dai conflitti più duri e dimenticati e per il suo agire come forza trainante per evitare l'uso della fame come arma di guerra e di conflitto". Al di là dell'impegno dimo-

strato da WFP che negli ultimi mesi si è dedicato molto anche alle conseguenze provocate dalla pandemia da coronavirus, il riconoscimento sottolinea l'importanza strategica dell'alimentazione nella promozione della salute, del be-

nessere, dell'equità ed anche della pace.

La pandemia di Covid-19, e la conseguente crisi economica che sta attraversando l'intera umanità, minaccia la Food security, ovvero l'accesso al cibo in quantità sufficiente, un cibo

sicuro e allo stesso tempo in grado di fornire il giusto apporto nutrizionale per mantenersi in salute ed avere una vita attiva.

Secondo la FAO che lo scorso 29 settembre ha celebrato la prima Giornata internazionale della consapevolezza sulle perdite e gli sprechi alimentari, ci sono circa 690 milioni di persone oggi soffrono la fame, mentre sono ben tre miliardi coloro che non possono permettersi un'alimentazione sana e la pandemia da COVID-19 sta mettendo a repentaglio la sicurezza alimentare e nutrizionale di un numero ulteriore di persone che potrebbe raggiungere - sempre secondo FAO - i 132 milioni di unità.

A questa preoccupazione si aggiunge quella della Commissione Europea e dell'OMS per gli effetti a breve, medio e lungo termine della pandemia di COVID-19 sui sistemi alimentari e sulla food security con effetti più severi sui segmenti più vulnerabili della popolazione.

L'emergenza sanitaria ha avuto forti ripercussioni sull'economia e si è prefigurata, sin dal suo esordio, come crisi anche sociale. In tale contesto la Ristorazione collettiva che in Europa contribuisce per circa la metà della produzione dei pasti consumati fuori casa, è po-



tenzialmente una delle risposte più efficaci al bisogno di garantire pasti sani, sicuri e bilanciati e alla necessità di sostenere le filiere agroalimentari.

L'esempio francese

Sulla base delle criticità citate ed enfatizzate nei documenti FAO, le municipalità di paesi come la Francia hanno iniziato ad utilizzare la ristorazione collettiva come una potente leva per il supporto sociale e lo sviluppo economico nelle regioni. Ad esempio rendendo disponibile un pasto sano alle fasce di popolazione più fragili

a partire dai bambini delle famiglie in difficoltà economica. Del resto in Francia la ristorazione scolastica per i ragazzi delle scuole di primo grado (nidi, materne, elementari) di norma è presa in carico da parte delle municipalità e gestita dalle casse delle scuole che si esprimono su tariffe e composizione dei menù; la partecipazione finanziaria delle famiglie è basata sul reddito e le famiglie in difficoltà economiche possono chiedere un aiuto tramite i servizi sociali territoriali. Anche per le scuole di secondo grado (scuole medie, licei, università), dove il costo della

mensa è stabilito a livello territoriale, sono disponibili fondi sociali per l'aiuto alle famiglie in stato di necessità.

In Francia la ristorazione scolastica è utilizzata dal 54% degli studenti e, come ricorda, il Ministero dell'educazione nazionale: *"La ristorazione scolastica deve rispondere alla doppia esigenza di garantire la qualità nutrizionale del pasto ed informare i genitori sui temi legati alla sicurezza alimentare e l'organizzazione della ristorazione scolastica"*.

Il Governo francese, tenuto conto dell'impatto della crisi epidemica sul quotidiano di molte famiglie già in difficoltà, ha previsto un sostegno economico per i nuclei familiari dei Dipartimenti d'oltre mare (Guadeloupe, Guyane, Réunion, Martinique et Mayotte) nei quali il confinamento e la chiusura delle scuole si è fatto particolarmente sentire impedendo ai ragazzi di accedere alla mensa scolastica e di beneficiare delle tariffe agevolate.

A seguito della chiusura delle scuole in occasione della pandemia di Covid19, la corsa primavera, la ristorazione collettiva ha dovuto misurarsi con il surplus per evitare sprechi alimentari, si è mobilitata per gestire al meglio le sue risorse



Soluzione nel rispetto del DM n.65/2020 relativo ai C.A.M. Criteri Ambientali Minimi della Ristorazione Collettiva

CRITERI PREMIANTI

Prodotti a Km 0 e
filiera corta % in peso

Prodotti altrimenti qualificati e a
Marchio di tutela % in peso

Km 0

DOP

BIO

Prodotti da coltivazione
biologica % in peso

Il nuovo modulo consente di:



Preventivare (realizzare, in fase di presentazione di gara, una serie di simulazioni di menu con l'analisi delle % in peso degli ingredienti utilizzati, proiettate in un determinato periodo)



Verificare (fornire uno strumento al DEC «Direttore dell'Esecuzione del Contratto» per controllare la corrispondenza alle richieste del Capitolato di gara, in maniera più efficiente ed efficace, favorendo in tal modo la competizione leale)



Gestire (i requisiti degli alimenti utilizzati nella creazione delle ricette e relativi menu, con le caratteristiche richieste dal DM e ulteriori criteri ambientali quali km 0, filiera corta e marchi di tutela)



Fornire (flussi informativi al Committente e all'utente finale)

e reindirizzarle verso azioni di solidarietà a sostegno dei settori socio sanitari e sociali. Numerosi generi alimentari sono stati destinati ad associazioni caritative ed ospedali, si sono assicurati i pasti per il personale impegnato nell'emergenza sanitaria, i malati ma anche anziani e persone isolate. Si è, inoltre, organizzata la produzione di pasti per persone indigenti un esempio per tutti quello della cucina centralizzata di Tolosa.

Riaperture prima dell'estate

La Francia ha sperimentato il rientro a scuola già lo scorso maggio una volta concluso il lockdown con progressive riaperture delle scuole di primo grado che però hanno portato rapidamente alla chiusura di buona parte degli edifici per i numerosi casi positivi ed i relativi focolai.

Ciononostante il governo ha deciso di mantenere l'apertura che ha comunque comportato una serie di adattamenti. Dopo le rigidità della partenza che prevedeva un distanziamento di 2 metri fra studenti (4 metri quadrati ciascuno), docenti e personale si è optato per un più praticabile metro quadrato: le classi sono state suddivise in 3 gruppi e si sono ridotte le ore di studio, una prova gene-

rale che è servita ad orientare la riapertura di settembre.

Con il rientro a scuola, ad inizio settembre, le famiglie francesi con almeno un figlio in età scolare fra 6 e 18 anni che normalmente ricevono un contributo economico (allocation de rentrée scolaire) quest'anno lo hanno visto incrementato di 100 euro in considerazione della crisi legata all'epidemia, ottenendo un importo variabile da 469 a 503 euro in funzione dell'età.

Con la ripresa della scuola è ripresa anche la ristorazione scolastica. Le disposizioni inerenti i comportamenti da adottare per prevenire la diffusione di Covid19, (aggiornate il 20 settembre) prevedono che: *"Negli spazi dedicati alla ristorazione, i ragazzi raggruppati per classi restino seduti senza mascherina, fisicamente distanziati, evitando il più possibile abbracci e contatti fisici"*. Più in generale le misure di prevenzione a scuola prevedono mascherine per tutto il corpo docente e per gli alunni delle scuole secondarie negli spazi chiusi, sono comunque disponibili mascherine per i ragazzi più piccoli che dovessero presentare sintomi in attesa del loro allontanamento da scuola. E' poi prevista l'areazione delle classi ogni 3 ore, la sanificazione degli spazi comuni una volta al giorno, il rilevamento del-



la temperatura degli alunni da parte dei genitori ogni mattina. Gli spazi chiusi (aule, mense, laboratori, biblioteche) sono stati organizzati in modo da assicurare la maggiore distanza possibile ma dove non sia praticabile per l'impossibilità di accogliere tutti il distanziamento non è obbligatorio (!). È inoltre, previsto l'accurato lavaggio delle mani all'arrivo a scuola, prima del consumo dei pasti e dopo l'uso del bagno. E, in alternativa potrà essere usata una idonea soluzione idroalcolica.

La scuola non si chiude

Con la ripresa della scuola si sono verificati casi di coronavirus che hanno reso necessaria la chiusura di alcuni plessi interessati.

Lo scorso 14 ottobre in una dichiarazione alla stampa, il Ministro de l'Education Jean-Michel Blanquer ha affermato che *"Secondo i dati disponibili sono 24 (su oltre 60.000) le strutture scolastiche al momento chiuse in Francia a causa del coronavirus"* e ha aggiunto *"La situazione nelle scuole, collegi, licei è sotto controllo"* anticipando che le misure restrittive che sarebbero state annunciate la sera stessa dal Primo ministro Emmanuel Macron a fronte dell'impennata di casi di coronavirus nel Paese

se non avrebbero coinvolto le strutture scolastiche.

Così è stato e le misure restrittive annunciate dal Primo ministro in un discorso alla nazione la sera stessa non hanno coinvolto le strutture scolastiche bensì previsto la chiusura dalle 21 alle 6 di tutti i cinema, teatri, ristoranti, bar nella regione di Parigi, Grenoble, Lille, Lione, Montpellier, Saint-Etienne, Aix-en-Provence, Marsiglia, Rouen e Tolosa per almeno 4 settimane con il coinvolgimento di 20 milioni di francesi.

Dal provvedimento restrittivo è rimasta esclusa la ristorazione collettiva che in Francia, come negli altri Paesi europei, fa parte della vita quotidiana di molti, supporta i servizi essenziali in ambito socio sanitario, scolastico, aziendale e che in epoca pre-pandemica produceva ogni anno oltre 3,7 miliardi di pasti.

Si tratta di un patrimonio strategico per gli utenti, le municipalità e le aziende impegnate a mantenerla in essere, anche nei contesti più difficili come quello della pandemia da Covid19, i cui protagonisti vanno inclusi nel novero dei food heroes che la FAO ha ricordato e valorizzato in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione celebrata il 16 ottobre con le parole d'ordine "Coltivare, Nutrire, Preservare. Insieme." (16).





Nuovi bandi e pandemia

Problemi e soluzioni per affidare oggi i servizi di ristorazione garantendo utenti finali stazioni appaltanti e SRC

di Corrado Giannone

Come impostare i nuovi bandi di gara per la collettiva in periodi di incertezza come questo?.. Ecco una domanda decisamente d'attualità che necessita di una risposta dal momento che l'affidamento dei servizi in scadenza dovrà essere fatto comunque.

Vediamo quali possono essere le soluzioni che consentono di indire le gare garantendo in primo luogo gli utenti, le sta-

zioni appaltanti e le aziende di ristorazione. Il codice in vigore prevede che le stazioni appaltanti in procinto di predisporre i documenti per lo svolgimento di una gara d'appalto, debbano in primo luogo redigere un progetto che deve contenere i seguenti elementi: la relazione tecnico – illustrativa del contesto in cui è inserito il servizio; le indicazioni e disposizioni per la stesura dei docu-



menti inerenti alla sicurezza; il calcolo degli importi per l'acquisizione dei servizi, con indicazione degli oneri della sicurezza non soggetti a ribasso; il prospetto economico degli oneri complessivi necessari per l'acquisizione dei servizi; il capitolato speciale che descrive le prestazioni, comprendente le specifiche tecniche; l'indicazione dei requisiti minimi che le offerte devono comunque garantire e degli aspetti che possono essere oggetto di variante migliorativa e conseguentemente; i criteri premianti da applicare alla valutazione delle offerte in sede di gara; l'indicazione di altre circostanze che potrebbero determinare la modifica delle condizioni negoziali durante il periodo di validità, (l'importanza di quest'ultima possibilità la vedremo in seguito) fermo restando il divieto di modifica sostanziale.

Elementi noti

La progettazione di un servizio deve basarsi su dati certi, solo così si può stimare con precisione il valore dell'appal-



to. Nel caso di un appalto di servizi di ristorazione gli elementi che devono essere conosciuti con precisione sono il tipo di utenza, il numero di pasti, la durata dell'appalto, il numero di addetti attualmente impiegati nel servizio (la clausola sociale prevede l'assorbimento da parte del concorrente che si aggiudica l'appalto l'obbligo di assumere il personale impiegato nel servizio), il numero dei ples-

si da servire, le modalità di trasporto e di distribuzione, le caratteristiche delle stoviglie e la qualità delle derrate (prendendo in considerazione i CAM). Prima dell'insorgenza della pandemia, era relativamente semplice conoscere con certezza questi dati, che si mantenevano più o meno costanti per tutta la durata dell'appalto. Oggi non è più così. L'insorgenza della pandemia ha determinato mol-

ti elementi d'incertezza che rendono più complicato fare delle previsioni da parte delle stazioni appaltanti su come si svolgerà in futuro il servizio di ristorazione. Tale incertezza rende difficile la corretta progettazione del servizio.

A proposito di scolastica

Come molti sanno, le varie ordinanze emanate dal governo nei mesi scorsi, basate sulle indicazioni formulate dal comitato tecnico scientifico (CTS) hanno modificato molti aspetti del servizio di ristorazione imponendo cambiamenti più o meno sostanziali a seconda del tipo di utenza. Mentre il settore della ristorazione socio sanitaria è stato interessato poco o nulla dai vari DPCM altrettanto non si può dire per la ristorazione scolastica che ha vissuto in molti casi un radicale mutamento a cominciare dall'organizzazione del servizio, accompagnato da una diminuzione del numero dei pasti dovuti alla chiusura delle scuole. L'obbligo del distanziamento di un metro tra un alunno e l'altro ha determinato nel caso delle scuole la necessità di reperire nuovi spazi da destinarsi alla didattica e molti refettori, in mancanza d'altro,



sono stati riconvertiti in aule. Ma anche quando i refettori non sono stati utilizzati come classi, dovendo comunque rispettare le distanze, è stato necessario prevedere nuovi turni d'ingresso dei bambini in mensa mentre dove i refettori sono stati utilizzati come classi, i pasti sono stati serviti nelle aule, mettendo in atto una serie di accorgimenti, previsti dal documento di riferimento dal CTS di cui abbiamo ampiamente parlato in articoli precedenti. Tali indicazioni non sempre sono risultate applicabili in toto al punto da indurre alcune Regioni a emanare una serie di direttive che hanno reso più semplice e meno oneroso il consumo dei pasti in classe, fra queste ci sono la Lombardia, l'Emilia Romagna, e l'Abruzzo.

Purtroppo non tutte le Regioni hanno seguito l'esempio delle tre appena citate. Alcune non sono intervenute altre come la regione Lazio ha previsto misure ancora più restrittive rispetto a quelle contenute nel documento del CTS rendendo di fatto in molti casi i costi del servizio insostenibili da parte di molti enti.

Nuove regole

Con l'avvio dell'anno scolastico è ripreso in molti comuni il servizio di ristorazione adatta-

to, anche se solo in parte, alle nuove regole. In seguito a ciò, le aziende di ristorazione hanno richiesto ai comuni la contrattazione del prezzo, invocando l'articolo 106 del codice che tra l'altro prevede che "La necessità di modifica di un contratto può essere determinata da circostanze impreviste e imprevedibili per l'amministrazione aggiudicatrice o per l'ente aggiudicatore. In tali casi le modifiche all'oggetto del contratto assumono la denominazione di varianti in corso d'opera. Tra le predette circostanze può rientrare anche la sopravvenienza di nuove disposizioni legislative o regolamentari o provvedimenti di autorità od enti preposti alla tutela di interessi rilevanti"; oggi possiamo dire che nella maggior parte dei casi stazioni appaltanti e aziende hanno raggiunto un accordo. Le amministrazioni di cui conosciamo l'operato, prima di giungere all'accordo hanno fornito alle aziende una dettagliata descrizione dell'organizzazione degli spazi destinati al consumo dei pasti, (in aula o in refettori) delle modalità di distribuzione dei pasti (in multi-porzione o in vaschette termo sigillate), del tipo di stoviglie, degli eventuali turni e dei menu rivisti qualora ciò si fosse reso necessario per facilitare le operazioni di distribu-



zione e ridurre i tempi. In cambio hanno chiesto alle aziende una dettagliata descrizione dell'organizzazione del servizio in termini di personale in più, di dotazione di attrezzature e automezzi eventualmente necessari per far fronte alle nuove esigenze, di materiale a perdere con i relativi costi, e l'esatta incidenza di tutto questo sul prezzo del pasto. Una volta verificata la congruità dei costi il RUP ha proceduto alla firma dell'accordo.

Come procedere

Ma torniamo alla domanda iniziale. Come procedere oggi nella stesura di un nuovo bando di gara? A nostro parere le stazioni appaltanti oggi devono prevedere un progetto di servizio sviluppato considerando una situazione normale e un progetto di servizio parallelo che consideri le condizioni di pandemia.

Il capitolato deve prevedere la puntuale descrizione del servizio in assenza di emergenza sanitaria e una in condizioni straordinarie (in presenza di pandemia). In tutte e due i casi si devono tenere in considerazione i CAM. La stima del prezzo del pasto da porre a base di gara dovrebbe essere quello riferito alle condizioni di normalità prevedendo però nel capitolato che in caso di

persistenza della pandemia la stazione appaltante possa richiedere all'azienda di ristorazione di mettere in atto l'organizzazione di emergenza prevista nel progetto specifico. E che il costo aggiuntivo è quello oggi pattuito tra le parti a meno che non intercorrano cambiamenti oggi non prevedibili.

Questa possibilità è prevista dall'articolo 106 del codice che recita: "Se le modifiche, a prescindere dal loro valore monetario, sono state previste nei documenti di gara iniziali in clausole chiare, precise e inequivocabili, che possono comprendere clausole di revisione dei prezzi. Tali clausole fissano la portata e la natura di eventuali modifiche nonché le condizioni alle quali esse possono essere impiegate purché non apportino modifiche che avrebbero l'effetto di alterare la natura generale del contratto".

Il capitolato inoltre a mio avviso deve contenere un meccanismo di riparametrazione del prezzo pasto qualora il numero dei pasti previsto nel contratto, dovesse subire una variazione in più o in meno in corso d'opera, in modo da garantire sia l'amministrazione sia l'azienda che eroga il servizio. Detto questo, concludo con l'auspicio che presto tutto torni alla normalità.



L'INGREDIENTE SEGRETO

4
RICETTE
PER L'ALTA
CUCINA



NUOVO PACK

6 BUSTE DA 500 g
X CARTONE

OCCUPA MENO SPAZIO
IN FREEZER

RICICLABILE AL 100%

Sugosi® si rinnova e si fa in due. Salse, sughi e creme dalla qualità elevata per due linee: **I Grandi Classici** e **I Prestigiosi**.

Gli ingredienti più pregiati e le lavorazioni più complesse danno vita alle 4 raffinatissime ricette pensate per la linea **I Prestigiosi**, la cui fragranza può essere custodita solo da un'attenta surgelazione. Pratici e veloci, attenti al food cost, e pensati per gli impieghi della cucina più contemporanea.

Scopri tutte le referenze sul nostro sito.

A fianco dell'evoluzione dell'Ho.Re.Ca.

Mondoffice, lo specialista nella consulenza e nella fornitura di strumenti per ogni esigenza di lavoro, presenta la nuova gamma Ho.Re.Ca. guardando a sostenibilità e inclusività



Mondoffice è azienda leader in Italia nella distribuzione di prodotti e soluzioni per l'ufficio, supportando più di 500.000 aziende clienti con un fatturato di 120 milioni. Dal 2019 fa parte del gruppo francese Raja, leader europeo nel settore del packaging, 1 miliardo di business, presente in 18 paesi con 25 Aziende. I punti di forza dell'azienda biellese la connotano quale unico problem solver per gli ambienti di lavoro: consulenza specializzata assortimento vasto e variegato, logistica e magazzino dal servizio impeccabile, un Centro di Customer Care, eccellenza italiana nella consulenza telefonica abbinata all'e-commerce. Centrali sono la crescita e il benessere dei propri collaboratori: l'alto livello di motivazione interna e la formazione, concretezza nell'impegno sui temi della responsabilità sociale d'impresa, delle pari opportunità e della diversity, della valorizzazione dei territori, e un costante gioco di squadra con clienti e fornitori. Nel 2020 lancia la consulenza per il canale Ho.Re.Ca. con proposte sostenibili anche per l'asporto e una campagna a supporto dei gestori del settore, particolarmente colpite dalle misure di contenimento e prevenzione Covid-19.

In tema di Goals 2030 come applicate quindi i precetti della sostenibilità nei vostri processi?

L'azienda ha implementato un sistema per ridurre del 15% la quantità e il volume delle scatole a fine linea. Si abbassa così il numero di

convogli in uscita dal magazzino di circa 300/anno, incrementando il quantitativo di consegne di ogni furgone. Infine ottemperiamo all'obiettivo 12, Responsible consumption and production, utilizzando materiale di recupero totalmente riciclabile proveniente da altri imballaggi per riempire l'interno delle scatole. La parola a **Irma Garbella** Managing Director.

Lei è una delle poche figure femminili leader nel settore della fornitura di prodotti e servizi per le aziende e le professioni. Quale è lo stato dell'arte nell'affermazione delle donne manager ad ogni livello?

Interessante che nella nostra lingua un uomo venga definito semplicemente manager e una donna abbia bisogno di questa sottolineatura. Forse noi professioniste, ma in generale tutti gli executive dovrebbero impegnarsi insieme per generare un nuovo linguaggio d'impresa, per guidarla su basi contemporanee più etiche e in cui il merito è prioritario. Ci aspetta molto da fare, ma sappiamo essere molto tenaci, determinate e forse non più così pazienti come vuole la leggenda.

Che valore ha l'etica in azienda ma anche riflessa nelle vostre proposte ai Clienti?

Sul fronte interno ed esterno attiviamo una politica HR e di rap-

porti commerciali improntate alla trasparenza, collaborazione e rispetto reciproco, attraverso piccoli gesti e decisioni importanti, direi pressoché quotidiane, pianificate ma attente ai cambiamenti. Per quanto riguarda le proposte di prodotti e servizi i contenuti di sostenibilità rappresentano un must.

Parliamo dello scenario attuale, molto critico per il nostro Paese e per la sua economia: quali sono gli elementi che consentono ad un settore o ad un'azienda di rimanere in sella al cambiamento?

Il cambiamento è un'occasione di crescita, di consapevolezza. Dare sicurezza, gestire con diversa organizzazione i processi interni e logistici, rispondere alle nuove abitudini sociali e comportamentali, porre attenzione alla sostenibilità e al benessere delle persone, un attento controllo dei costi ma anche una più forte propensione all'investimento e alla sperimentazione, sono tutti elementi che costruiscono in sinergia la ripartenza dei settori produttivi del Paese. Non ultima, la capacità di fare sistema, in senso orizzontale con università, enti pubblici, industrie affini, partner internazionali, ma anche verticale, con i piccoli imprenditori locali, trasferendo che è il mercato oggi a considerare il territorio una leva competitiva, attraverso proposte di riqualificazione, di recupero delle tradizioni e dei valori sociali collegati, di tutela e valorizzazione dei prodotti.

Sappiamo che avete lanciato da poco una divisione dedicata al canale Ho.Re.Ca. il canale che forse più di tutti sta subendo un durissimo contraccolpo conseguente al pandemia. Ci può raccontare meglio perché questa scelta?

"Italia per l'Italia che riparte" è il concept guida del nostro catalogo che ha aperto la stagione autunnale. Mondoffice non poteva mancare in questa ripartenza, a sostegno di un canale che rappresenta in modo forte il carattere di socialità tipico italiano. Abbiamo studiato una gamma molto ampia per l'asporto, prima esigenza per la riconversione del business da parte di bar e ristoranti, ma anche per l'arredo degli spazi destinati alla Ristorazione Collettiva e Commerciale. E abbiamo scelto di rendere testimoni proprio i gestori, attraverso una campagna digitale in cui abbiamo chiesto il supporto della band Lo Stato Sociale, da sempre in favore di questo settore, per raccontare le storie di chi, da dietro il bancone, c'è e ci sarà per i suoi clienti, oltre la pandemia.

Take away e sostenibilità in un'unica soluzione. Perché scegliere questa chiave strategica per entrare in contatto con i ristoratori?

A causa dell'emergenza sanitaria è aumentata la richiesta di contenitori per l'asporto, che ora rappresenta il 12% dei rifiuti accumulati sui fondali marini. Che sia un bar, un ristorante o una grande impresa il team di consulenti Mondoffice fornisce soluzioni igieniche, pratiche e sostenibili, con una selezione di prodotti riciclabili, compostabili e ottenuti da materiali riciclati al 100%. Una scelta concreta perché ogni professionista del settore possa attivare un servizio take away efficiente ed essere parte attiva di un reale processo di economia circolare.

Durante il periodo del lockdown Mondoffice ha lanciato il podcast "Voce al talento". Perché questa scelta?

Abbiamo coinvolto 10 professionisti da poco diplomati alla Civica Scuola di Teatro Paolo Grassi per realizzare il podcast di racconti di autori italiani, sulla vita di variegate attività e spazi di lavoro.



#Vocealtalento esprime l'attenzione di Mondoffice ad un settore, quello dello spettacolo, fortemente penalizzato dalle misure della pandemia, e al suo target primario, le persone al lavoro, in un momento storico in cui esigenze personali e professionali interagiscono in modo sempre più stretto.

L'IDENTIKIT DI IRMA GARBELLA

Sono in Mondoffice da oltre 20 anni. Qui sono cresciuta sperimentando la formula più adatta a me e all'Azienda per applicare e far applicare i valori e le visioni condivise che ci contraddistinguono rispetto ai nostri competitor in Italia. Credo in quello che si definisce "business gentile" ovvero l'indispensabile attitudine alla sostenibilità e funzione sociale delle aziende, in linea con i Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 dell'ONU. Per questo implementiamo costantemente progetti e iniziative che puntano a far crescere Mondoffice e i propri clienti secondo un approccio olistico, in favore del pianeta, delle persone più svantaggiate e delle giovani generazioni, i talenti del nostro futuro.



IRMA GARBELLA,
Managing Director

MONDOFFICE
SPAZIO AL TALENTO

Mondoffice

Via per Gattinara, 17 - 13851 Castelletto Cervo (BI)
Tel. +39 0161.880.880 da lun a ven dalle 8.30 alle 18.30
info@mondoffice.com
www.mondoffice.com



catene retail e food



Dall'esperienza di **retail&food** e **Ristorando** nasce **DB2B** la banca dati, in lingua inglese, rivolta agli operatori nazionali e internazionali di retail, foodservice e retail RE.

Un efficace "tool" per inquadrare e confrontare attraverso una serie di informazioni e immagini, catene retail e food di aziende che operano in Italia suddivise per offerta di prodotti e servizi.

www.db2b.it

chi cerca...Trova!



Qualità e salute

Il sottovuoto targato Markas per una migliore ristorazione ospedaliera



Negli ospedali e nelle strutture socio-sanitarie l'assistenza ai pazienti è un aspetto imprescindibile. Spesso, tuttavia, viene trascurato un fattore che può contribuire in maniera significativa alla guarigione del malato: la ristorazione. Citando il Ministero della Salute, *"La malnutrizione si riscontra già al momento del ricovero in un'alta percentuale di pazienti e aumenta ulteriormente nel corso del ricovero stesso. Studi nazionali hanno messo in evidenza che il vitto viene considerato fondamentale dal paziente per il miglioramento dello stato di salute"*. In questo senso, la nutrizione va inserita a pieno titolo nei percorsi di diagnosi e cura, mentre non considerare l'aspetto nutrizionale nell'assistenza al degente può portare a ulteriori complicazioni.

Markas, specializzata da oltre 30 anni nei servizi di ristorazione ospedaliera, ha sviluppato una linea di prodotti cotti sottovuoto a basse temperature, studiata per offrire pietanze con migliori caratteristiche nutrizionali e sensoriali.

Più gusto in corsia

In ospedale la qualità del cibo è fondamentale. Offrire piatti non solo salutarì ma anche gustosi può invogliare i pazienti a consumare i pasti con piacere e migliorare al tempo stesso lo stato nutrizionale e quello emotivo. In questo senso, una ristorazione più gradevole per i degenti può rappresentare uno strumento di grande efficacia nella prevenzione degli stati di malnutrizione. Ecco perché i prodotti sottovuoto Markas possono essere ottimi alleati per ospedali e pazienti.

I punti forti della cottura sottovuoto sono proprio il sapore e la consistenza delle pietanze cucinate con questa tecnica. Uno studio condotto da Markas in collaborazione con la Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari di Parma (SSICA) ha dimostrato come le carni cucinate in sottovuoto siano risultate più tenere e succose all'assaggio e complessivamente molto più gradite rispetto alle preparazioni



Ristorando. (4+)
collettiva-commerciale moderna
Pocketmags Europe
Gratis - Offre acquisti in-app

Istantanee iPhone iPad



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



www.edifis.it

tradizionali. Risultati analoghi per le verdure cotte sottovuoto, che sono state valutate più croccanti e con un sapore di ortaggio fresco più intenso rispetto ai vegetali preparati al momento.

E dal punto di vista della salute?

La tecnica sottovuoto permette di preservare al meglio le proprietà nutritive degli alimenti. Questo grazie alla cottura a basse temperature, che rispetto ai metodi tradizionali è molto meno aggressiva: le materie prime vengono cotte dolcemente, mentre i nutrienti vengono mantenuti all'interno del sacchetto e



non si disperdono. Lo studio realizzato da Markas e SSICA ha dimostrato come le carni cotte sottovuoto a basse temperature, dopo oltre un mese di conservazione, mantengano inalterati alcuni nutrienti termolabili e sensibili come la vitamina B12, risultata più elevata rispetto alle altre cotture a confronto.

Inoltre questa tipologia di preparazione consente di cuocere gli alimenti nei propri succhi naturali senza l'aggiunta di grassi da condimento e di ridurre ampiamente l'impiego di sale e oli. Un grande vantaggio, soprattutto se si parla di cibi destinati ai degenti di un ospedale o utenti con esigenze alimentari particolari.

Sicurezza e qualità garantita

Non solo sapore e consistenza: la tecnica sottovuoto offre più vantaggi sotto diversi punti di vista. Per Markas significa offrire in larga scala la stessa **elevata qualità dei pasti** ai propri clienti, grazie a un

processo di produzione dei pasti standardizzato, tempi di cottura studiati accuratamente e ricette ottimizzate. Le pietanze vengono prima cotte a bassa temperatura in buste sigillate, raffreddate velocemente e infine stoccate a una temperatura di 0-3°.

Questo processo garantisce la massima sicurezza e **igiene alimentare** e riduce il rischio di **contaminazione crociata**.

Un altro vantaggio è il periodo di conservazione prolungato senza l'utilizzo di conservanti artificiali, mantenendo le caratteristiche nutrizionali e sensoriali di un prodotto cotto sul momento.



Markas S.r.l.

Via Macello, 61 - 39100 Bolzano

Tel. +39 0471 307611

Fax +39 0471 307699

it@markas.com

www.markas.com

Parola d'ordine: **velocità**

Con una crescita del 10% all'anno, oltre 1.000 ristoranti in 7 paesi europei e 6.000 dipendenti diretti, QSRP, piattaforma del fondo Kharis Capital che sviluppa e gestisce 5 format di ristorazione rapida, svela numeri e progetti di espansione. La parola al ceo, l'italiano Alessandro Preda

di M. L. Andreis



QSRP, che ha sede in Lussemburgo, è una piattaforma operante nel mercato della ristorazione veloce nata con uno scopo ben preciso: connettere brand primari, investitori finanziari e industriali (franchisee) e partner di fornitura al fine di offrire ai propri clienti eccellenti esperienze di consumo attraverso un network composto ad oggi da oltre 1.000 ristoranti (il 67% in franchising) sparsi in 7 diversi paesi europei, dove lavorano complessivamente circa 6.000 persone, considerando i soli locali in gestione diretta del network.

"Il nostro obiettivo è quello di sviluppare la ristorazione veloce sia nei mercati in cui già siamo presenti con gli attuali marchi

in portfolio sia in nuovi mercati, espandendo il nostro brand portfolio", così ci spiega l'italiano **Alessandro Preda**, ex ceo Europe in Autogrill e attuale chief executive officer di un progetto che risale al 2014, quando il fondo **Kharis Capital** (società di direct investment partnership) entra nel mondo del quick service: l'esordio è nel ruolo di master franchisee di **Burger King** in Italia e in Polonia; quindi, nel 2016, acquisisce le attività di **Quick** in Belgio e Lussemburgo e nel 2018 i marchi **O'Tacos** in Francia e **Nordsee** in Germania.

Oggi nel portfolio di QSRP Platform Holding SCA rientrano 5 insegne: oltre a 280 locali Burger King, il colosso del fast food

di Miami di cui detiene il master franchisee in Italia, Belgio, Lussemburgo, con un'ulteriore presenza in Polonia, la holding lussemburghese possiede i marchi Nordsee (365 ristoranti di pesce in Germania e Austria con un'impronta internazionale), Quick (fondata in Belgio nel 1971, la catena di hamburger ha oggi all'attivo 81 pdv in Belgio e Lussemburgo), O'Tacos (270 location specializzate in cibo halal sviluppate principalmente in franchising, con una forte connotazione digitale) e **Go! Fish** (neonata insegna focalizzata nell'offerta "democratica" di pesce sbarcata di recente nel CC Orio al Serio in provincia di Bergamo con la sua seconda location assoluta).

In quali paesi sono attivi i ristoranti della rete QSRP?

Al momento operiamo in Italia, Francia e isole francesi, Belgio, Lussemburgo, Austria, Germania, Olanda, Svizzera e Polonia. Siamo presenti anche in alcuni paesi dell'est e del nord Africa. La quota italiana incide circa per il 25% delle vendite della nostra rete; l'Italia è dunque un mercato fondamentale, in cui vediamo ottime prospettive di sviluppo considerando la limitata presenza di catene organizzate e il tasso di crescita dei consumi out of home.

Quali tipologie di proposta food coprono i vostri brand?

Ogni format ha un'identità ben precisa e caratteristiche differenti

con un approccio multiculturale. Dall'americanità degli hamburger di Burger King, all'anima belga di Quick, dalla carne muslim friendly di O'Tacos alle proposte tipiche della cucina nord europea di pesce di Nordsee e Go! Fish.

Quale il target del consumatore dei vostri format?

I brand sono molto diversi tra di loro, questo è un nostro punto di forza, e il target è quindi eterogeneo. Con le nostre food proposition raggiungiamo le famiglie con bambini, i teen e i giovani adulti, sia manager che studenti e lavoratori che vogliono godersi un pasto gustoso, accessibile, consumato in un ambiente confortevole e informale.

Ultimamente stiamo assistendo a una crescita della così detta fascia media, che sceglie i nostri ristoranti e le proposte premium al posto del classico casual dining.

Che peso hanno il delivery e l'asporto nei locali delle vostre catene?

Assieme al drive thru, take away e home delivery sono due canali importanti per le formule di ristorazione veloce che, anche grazie alla digitalizzazione dei processi e sistemi di mobile ordering, stanno diventando una componente importante delle vendite. Tali soluzioni si stanno dimostrando vincenti come alternativa al dine in nel periodo della crisi da Covid-19. La penetrazione dei servizi di home delivery è molto differente fra i vari paesi in cui operiamo e presenta quote rilevanti soprattutto in Francia e Belgio ma tassi di sviluppo interessanti in Italia e Germania.

Usate già o pensate di orientarvi anche verso la formula della ghost kitchen?

La tecnologia, la continua innovazione e ricerca di nuovi modelli di servizio fa parte del nostro DNA, e quindi da tempo osserviamo con interesse questo fenomeno: stiamo valutando questa opportunità in alcuni mercati in città ad alta densità abitativa.

Quali obiettivi di crescita avete per il medio-lungo periodo?

Storicamente la nostra crescita organica è stata pari a circa il 10%: pensiamo di mantenere questo ritmo di sviluppo con circa 100 locali all'anno nei mercati di presenza. Siamo sempre aperti a valutare l'espansione in altri mercati e a portare i nostri format nelle nazioni dove ancora non sono presenti, seppur concentrando i nostri sforzi per la crescita organica e sistemica soprattutto nei nostri mercati chiave.

In che canale siete più presenti coi vostri format? Quali saranno i segmenti di sviluppo?

Molto dipende dal brand e dalla tipologia di offerta: mentre Burger King e Quick coprono tutti i segmenti del fuoricasa, abbiamo altri format che preferiscono un ambiente più urbano come O'Tacos (che dopo la Germania, a breve arriverà anche in Italia): qui abbiamo concentrato le aperture nelle zone dove la richiesta di specialità halal è più forte, per poi continuare l'espansione verso i centri città. In generale le nostre formule si prestano, tramite formati modulari, a coprire tutti i canali del foodservice: ne è riprova che siamo presenti in città (sia

L'IDENTIKIT DI ALESSANDRO PREDA



ALESSANDRO PREDA,
ceo QSRP

Alessandro Preda, 52 anni, laurea in Business & Administration in Bocconi, esperienza pluriennale in consulenza, consumer goods e food retail. È stato ceo Europe in Autogrill e dal 2017 ceo del gruppo BK SEE (Burger King South Eastern Europe). Oggi è alla guida di QSRP, la piattaforma che gestisce i brand Burger King, Quick, O'Tacos, Nordsee e Go! Fish in diversi paesi europei.

in centro sia in periferia), centri commerciali, stazioni, aeroporti, autostrade, strade di viabilità.

Qual è il punto di forza dell'appartenenza dei diversi format a un'unica proprietà?

Abbiamo diversi brand e ciascuno mantiene orgogliosamente una sua identità ben precisa, che vogliamo preservare. Concentrare il tutto in un'unica piattaforma, ci consente di accelerare l'espansione internazionale e nei paesi di presenza, di capitalizzare e condividere know how, management, soluzioni IT. La nostra dimensione ci permette di fare economia di scala e ci consentirà quindi di portare avanti le nostre ambizioni di sviluppo pur mantenendo una forte identità locale, poiché ogni paese in cui siamo presenti ha un suo manager assicurando proximity ai clienti e ai bisogni locali. QSRP è appunto una piattaforma che nasce dall'esigenza di mettere in contatto investitori che possiedono un capitale di investimento, i marchi della ristorazione, i franchisee e i partner di fornitura che vendono in questo settore una possibilità di investimento e di sviluppo del proprio business.

Pensate di allargare il portfolio dei vostri brand?

Continueremo nell'espansione degli attuali marchi ma stiamo valutando opportunità di integra-

zione di nuovi brand nel nostro portfolio, sempre coerentemente con il nostro posizionamento e la strategia di sviluppo.

Quali sono le prospettive del mercato della ristorazione nei diversi paesi in cui operate? Su quali formule punterete maggiormente?

Il settore della ristorazione veloce, proprio per sua natura, ha sempre dimostrato di essere anticiclico, se non addirittura "crisis-resistant".

Anche oggi dà prova di essere particolarmente resiliente. Tutto ruota attorno alla forza del brand e agli standard di servizio: un marchio noto e riconosciuto è sinonimo di fiducia da parte del consumatore che, soprattutto in un momento difficile, cerca rassicurazione. Inoltre, le diverse forme di servizio offerte (drive thru, take away, home delivery, kiosk order, mobile ordering etc.), consentono un'esperienza touchless che in questo momento sembra costituire un valore importante per i clienti. In momenti di crisi le persone, anche se non colpite direttamente, adottano comportamenti "difensivi" e fanno "trade down" ovvero modificano comportamenti di spesa; le soluzioni QSR propongono quindi un'offerta ad ampio spettro che copre diversi fabbisogni adattandosi a differenti capacità di spesa e fabbisogni.

KHARIS CAPITAL AI RAGGI X

Kharis Capital è una società di direct investment partnership con sede in Lussemburgo e uffici a Zug e Bruxelles. È un fondo "family backed", ovvero specializzato nell'investimento di capitale di famiglie, focalizzato sui investimenti a lungo termine nel consumer market. Dall'inizio del 2015 Kharis ha portato a termine sei importanti operazioni di investimento nella ristorazione veloce, negli alimenti biologici a marchio e nel digital marketing.

LA BORSA DEI BIOLOGICI



Un aiuto concreto per le pubbliche amministrazioni e le aziende che, con l'introduzione obbligatoria dei prodotti biologici nei menu delle mense scolastiche e degli ospedali, ne devono stimare e prevedere i costi

di Roberto Giannone

L'andamento dei prezzi di questo autunno conferma la tendenza già manifestata nei mesi precedenti, caratterizzati da una sostanziale stabilità delle tariffe con leggere oscillazioni fra aumenti e diminuzioni, nella maggior parte dei casi di lieve entità.

Tra i prodotti del comparto orticolo che subiscono aumenti vi sono le carote alla rinfusa, il cavolo cappuccio bianco, le cipolle bianche e le cipolle dorate e i fagiolini alla rinfusa.

Gli aumenti sono un po' più consistenti per il gruppo delle lattughe con la sola eccezione della lattuga Canasta il cui prezzo resta invariato.

In crescita anche il prezzo delle melanzane, dei pomodori nelle varietà Cherry, grappolo e insalatato ed infine dei porri e delle zucchine medie.

Tra gli orticoli che registrano diminuzione di prezzo vi sono l'aglio, il basilico, il cavolfiore, il cavolo broccolo e il cavolo

verza, la cicoria catalogna, i finocchi, tutto il gruppo delle patate, il pomodoro datterino, il sedano, gli spinaci e la zucca gialla. Per quanto riguarda il comparto dei frutticoli si registra l'aumento di prezzo per le susine, le pere Abate, i kiwi e i pompelmi. In diminuzione invece il prezzo delle arance Navel, delle banane del mercato equosolidale, dei limoni, delle mele nelle varietà Golden e Mele Royal Gala.

In diminuzione anche il prezzo dei meloni e dell'uva.

Nel comparto dei latticini si registra un contenuto aumento del prezzo del burro e del Parmigiano Reggiano e nel comparto carni l'aumento del prezzo delle cosce di pollo e la diminuzione di prezzo per il petto di pollo intero.

Per quanto riguarda le percentuali di scostamento tra i prodotti biologici e i prodotti convenzionali, escludendo quelle stabili, si registra ancora una predominanza delle percentuali in diminuzione.



METODO DI RILEVAZIONE

I prezzi medi dei prodotti biologici (iva esclusa) che vengono riportati, rilevati da Ristorando, sono il risultato dell'elaborazione di una serie di dati raccolti presso diverse fonti, quali i ribassi praticati dalle ditte nelle gare di appalto, i prezzi di acquisto forniti da aziende di ristorazione, i valori indicati nelle colonne prevalenti dei mercuriali di quei pochi mercati ortofrutticoli che li forniscono, i prezzi indicati dalle aziende produttrici o di trasformazione e altre fonti che consultiamo di volta in volta. Dall'elaborazione di tutti questi dati viene ricavato un prezzo medio per ciascun prodotto che a sua volta viene confrontato con il prezzo medio del corrispondente prodotto convenzionale riportato dalle fonti ufficiali, ovvero dai mercuriali dei maggiori mercati ortofrutticoli italiani, dai listini di alcune camere di commercio e dalle percentuali di sconto praticate dalle ditte nelle gare di appalto per la gestione dei servizi di ristorazione, ed infine dalla media dei prezzi Consip e dalla media dei prezzi riportati dall'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Dal confronto dei prezzi così ottenuti, viene ricavata la percentuale di scostamento tra le due tipologie di prodotti. I prezzi riportati non hanno un valore assoluto ma sono indicativi della tendenza del mercato nel settore della ristorazione collettiva.

Al fine di rendere più immediatamente leggibile la tabella viene fornita la seguente legenda:

Prov. = provenienza

N = nazionale

I = Italia

E = Estero

Conf. = Tipo di confezione

u/m = unità di misura

p.m. = prezzo medio dei prodotti bio al kg o al litro

% = variazioni in più o in meno dei prodotti biologici rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali

n.r. Non rilevato per non reperibilità del prodotto convenzionale corrispondente

**ORTICOLI FRESCHI**

Prodotti	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Aglione bianco secco	E	In sacchi	kg	4,60	47,06
Basilico	N	In mazzi	kg	5,13	54,00
Bietola a costa	N	In casse	kg	1,22	39,62
Carote alla rinfusa	N	In casse	kg	1,38	46,02
Cavolfiore	N	In casse	kg	1,24	25,00
Cavolo broccolo	N	In casse	kg	1,26	39,81
Cavolo cappuccio bianco	N	In casse	kg	1,43	39,12
Cavolo verza	N	In casse	kg	0,83	14,98
Cicoria catalogna	N	In casse	kg	0,99	24,63
Cime di rapa	N	In casse	kg	1,80	38,46
Cipolle bianche	N	In casse	kg	0,87	31,39
Cipolle dorate	N	In casse	kg	0,96	31,72
Cipolle rosse tonde	E	In casse	kg	0,98	29,01
Cipollotti	N	In casse	kg	0,90	45,95
Erbette e odori	N	In casse	kg	1,70	15,10
Fagiolini alla rinfusa	N	In casse	kg	2,16	27,29
Finocchi	N	In casse	kg	1,40	15,54
Indivia scarola	N	In casse	kg	1,54	26,02
Lattuga Canasta	N	In casse	kg	1,58	45,26
Lattuga Cappuccia	N	In casse	kg	1,85	39,62
Lattuga Gentile	N	In casse	kg	1,76	40,03
Lattuga Romana	N	In casse	kg	1,82	25,29
Lattuga Trocadero	N	In casse	kg	1,75	19,86
Melanzane	N	In casse	kg	1,50	28,80
Patate novelle	N	In casse	kg	1,07	40,66
Patate pasta bianca	N	In casse	kg	0,83	26,08
Patate pasta gialla	N	In casse	kg	0,85	35,47
Peperoni	N	In casse	kg	2,15	30,13
Pomodori datterino	N	In casse	kg	2,05	24,87
Pomodori chery	N	In casse	kg	2,63	28,97
Pomodoro grappolo	N	In casse	kg	1,72	13,20
Pomodoro insalatato	N	In casse	kg	2,01	31,01
Porri	N	In casse	kg	1,40	18,30
Prezzemolo	N	In casse	kg	6,80	38,25
Radicchio Pan di Zucchero	N	In casse	kg	1,40	24,33
Radicchio tondo	N	In casse	kg	2,17	36,74
Rucola	N	In mazzi	kg	2,72	22,93
Sedano verde	N	In casse	kg	1,37	48,28
Spinaci	N	In casse	kg	1,57	21,51
Zucca gialla	E	In casse	kg	1,23	48,48
Zucchine medie	N	In casse	kg	1,85	31,86

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ananas	E	In cartoni	kg	1,88	45,18
Arance Navel	N	In casse	kg	1,33	31,90
Arance Tarocco	E	In casse	kg	1,56	33,71
Banane	E	In cartoni	kg	1,78	54,91
Banane "equosolidali"	E	In cartoni	kg	2,02	n.r
Cachi	N	In platoux	kg	1,52	24,93
Kiwi	E	In casse	kg	1,98	46,66
Limoni primo fiore	N	In casse	kg	1,39	33,44
Mele Golden 70/80	N	In casse	kg	1,45	33,54
Mele Royal Gala	N	In casse	kg	1,55	41,42
Mele Stark Delicious	N	In casse	kg	1,71	51,85
Meloni galletti	N	In casse	kg	0,98	11,43
Noci in guscio	N	In sacchi	kg	5,38	35,05

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Pere Abate	E	In casse	kg	1,66	35,05
Pere Conference	N	In casse	kg	1,76	28,00
Pere Kaiser	E	In casse	kg	1,61	22,41
Pompelmi	E	In casse monostrato	kg	1,39	26,36
Susine diverse qualità	N	In casse	kg	1,68	42,55
Uva bianca da tavola	E	In plateaux	kg	1,83	19,67
Uva nera da tavola	E	In plateaux	kg	1,90	31,03

ORTAGGI SURGELATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Carote cubetti	N	Sacchetto	kg	1,49	41,90
Carote disco	N	Sacchetto	kg	1,46	50,31
Fagiolini	N	Sacchetto	kg	1,57	38,40
Minestrone 12 verdure	N	Sacchetto	kg	1,56	38,54
Patate cubetti	N	Sacchetto	kg	1,42	38,21
Piselli fini	N	Sacchetto	kg	1,65	23,07
Spinaci	N	Sacchetto	kg	1,49	44,47
Zucchine disco	N	Sacchetto	kg	1,54	36,88

**LATTICINI E DERIVATI**

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Burro	N	Carta	kg	3,74	36,56
Crescenza Dop	N	Sottovuoto	kg	7,17	50,65
Fontal	N	Sottovuoto	kg	8,36	44,38
Grana Padano	N	Sottovuoto	kg	9,06	30,00
Latte intero	N	Tetrabrick	l	1,39	53,61
Latte UHT intero	N	Tetrabrick	l	0,96	33,56
Latte UHT parz. scremato	N	Tetrabrick	l	0,97	61,13
Latte UHT scremato	N	Tetrabrick	l	0,89	59,29
Mozzarella	N	Sacchetto	kg	6,61	37,73
Mozzarella per pizza		Sacchetto	kg	7,20	50,13
Parmigiano Reggiano	N	Sottovuoto	kg	11,30	22,03
Primo sale	N	Sottovuoto	kg	7,22	25,00
Ricotta vaccina	N	Vaschetta 1,5 kg	kg	4,67	15,30
Robiola	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Stracchino	N	Sottovuoto	kg	7,15	24,25
Taleggio	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Yogurt frutta	N	Vasetto (125 g x8)	kg	4,97	10,64
Yogurt magro/intero	N	Vasetto (125 g x8)	kg	4,77	13,49

UOVA E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Misto uovo pastorizzato	N	Tetrabrick	kg	3,13	46,32
Uova cat.A	N	Cartone	pz	0,15	34,50

SALUMI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Prosciutto cotto	N	Sottovuoto	kg	11,74	32,43
Prosciutto crudo senza osso	N	Sottovuoto	kg	14,38	28,03
Salame tipo felino	N	Sottovuoto	kg	9,71	21,72



CARNI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Braciola suino	N	Sottovuoto	Kg	7,07	39,66
Cosce di pollo	E	Sottovuoto	Kg	5,17	41,35
Coscia di tacchina	E	Sottovuoto	Kg	5,05	31,72
Fesa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,22	41,59
Fesa di tacchina intera	E	Sottovuoto	Kg	9,33	66,76
Fusi di pollo	E	Sottovuoto	Kg	5,96	23,17
Girello bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	9,30	30,94
Lonza suino	N	Sottovuoto	Kg	7,66	41,42
Macinato bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	10,58	40,72
Noce bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,30	40,63
Petto pollo intero	E	Sottovuoto	Kg	7,92	44,25
Polpa 4 tagli	N	Sottovuoto	Kg	7,85	32,69
Polpa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,16	29,77
Scamone bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,41	33,77
Sottofesa bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	8,48	47,94
Sovra cosce di pollo	N	Sottovuoto	Kg	6,30	27,88
Spalla suino disossata	N	Sottovuoto	Kg	7,06	50,00

PASTA E PANE

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Cous Cous	E	Busta sigillata	kg	1,72	17,50
Farfalle grano duro	N	Cartone	kg	1,11	18,61
Farina bianca "0"	N	Carta	kg	0,93	19,40
Farina mais bramato	N	Carta	kg	0,98	16,52
Farina polenta	N	Carta	kg	1,35	36,22
Fusilli grano duro	N	Cartone	kg	1,23	27,79
Gnocchi di patate	N	Monoconf. Sigil.	kg	2,87	34,82
Pane comune	N	Sfuso	kg	1,75	15,87
Pane di farro	N	Sfuso	kg	3,28	19,82
Pane segale	N	Monoconf. Sigil.	kg	4,07	16,20
Pane segale e lino	N	Monoconf. Sigil.	kg	5,40	74,11
Pasta all'uovo	N	Cartone	kg	1,68	35,26
Pasta di Kamut	N	Cartone	kg	2,05	n.r.
Pastina per brodo	N	Cartone	kg	1,74	58,19
Pasta per pizza	N	Busta sigillata	kg	1,72	36,05
Pennette grano duro	N	Cartone	kg	1,29	30,30
Ravioli ricotta e spinaci	N	Sottovuoto	kg	6,69	15,40
Spaghetti grano duro	N	Cartone	kg	1,30	58,54
Tagliatelle all'uovo	N	Cartoni	kg	1,16	27,62
Tagliatelle di mais	N	Cartone	kg	2,33	60,41
Tortellini al prosciutto	N	Sottovuoto	kg	6,66	32,32

PRODOTTI DA FORNO

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Croissant	N	Monoc. imballate	kg	10,63	77,08
Crostini	N	Monoc. imballate	kg	3,57	60,48
Fagottino ai frutti di bosco	N	Monoc. imballate	kg	7,66	45,96
Fagottino di albicocca	N	Monoc. imballate	kg	8,90	47,72
Fagottino uvetta e mela	N	Monoc. imballate	kg	7,79	43,50
Fette biscottate di farro	N	Carta	kg	3,16	34,15
Fette biscottate integrali	N	Carta	kg	3,67	65,22
Frollini cioccolato	N	Monoc. imballate	kg	8,81	40,40
Frollini vaniglia	E	Monoc. imballate	kg	8,00	48,64
Galette di riso	N	Carta	kg	10,50	68,05

OMOGEINIZZATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Omogeinizzato di carne	N	Vasetto vetro	kg	19,17	41,98
Omogeinizzato di formaggi	N	Vasetto vetro	kg	16,27	59,53
Omogeinizzato di frutta	N	Vasetto vetro	kg	13,35	28,37

CONSERVE, CONFETTURE, SUCCHI DI FRUTTA, BEVANDE

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Composta di albicocche	N	Vetro	kg	6,74	50,79
Composta di fragole	N	Vetro	kg	7,80	61,53
Composta di pesche	N	Vetro	kg	6,30	43,06
Latte di avena	I	Tetrabrick	l	1,45	55,36
Latte di riso	I	Tetrabrick	l	1,47	46,67
Latte di soia	E	Tetrabrick	l	1,46	54,36
Marmellata di arance	N	Vetro	kg	6,57	44,87
Miele di acacia	N	Vetro	kg	7,26	68,44
Passata di pomodoro	N	Vetro	kg	0,99	49,61
Pomodori pelati kg.5	N	Banda stagnata	Kg	0,95	62,66
Succo di albicocca	N	Tetrabrick	l	2,06	30,71
Succo di pera	N	Tetrabrick	l	1,90	18,94
Succo di pesca	N	Tetrabrick	l	1,90	19,05
Succo di pompelmo	E	Tetrabrick	l	2,20	31,81

**LEGUMI E CEREALI**

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ceci	E	In sacchi	kg	1,58	25,24
Fagioli Borlotti secchi	N	In sacchi	kg	1,94	35,56
Farro decorticato	N	In sacchi	kg	2,67	22,36
Lenticchie	N	In sacchi	kg	1,74	63,38
Orzo perlato	N	In sacchi	kg	1,71	61,32
Piselli secchi spezzati	N	In sacchi	kg	1,37	23,25
Riso arborio	N	In sacchi	kg	1,60	36,76
Riso parboiled	N	In sacchi	kg	1,76	59,55

CONDIMENTI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Aceto di mele	N	Vetro	l	1,98	26,88
Aceto di vino	N	Vetro	l	1,75	45,11
Estratto per brodo	N	Vetro	kg	14,75	84,38
Olio extra vergine di oliva	N	Vetro	l	5,84	34,14
Olio semi di girasole	N	Banda stagnata	l	3,33	64,77
Pesto alla genovese	N	Vetro	kg	14,00	74,29
Zucchero di canna	N	Cartone	kg	3,27	30,08



2021 crescere

FOTO LORENZO CICONI MASSI TESTO RENATO KIZITO SESANA

Ristorando

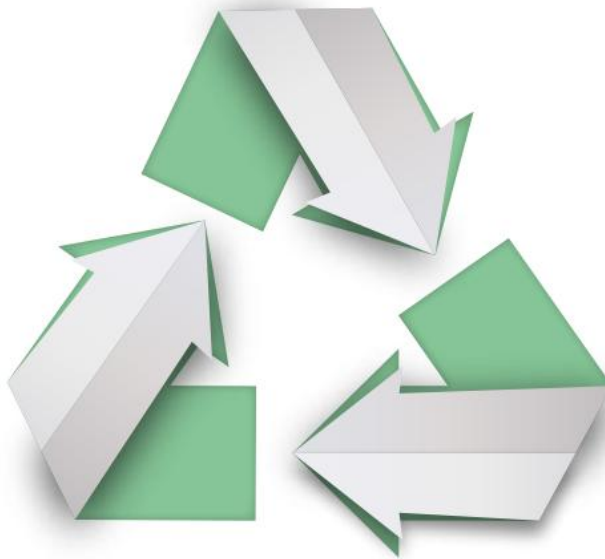
Ristorando con **Amani** per garantire casa, scuola e salute ai bambini e alle bambine di strada di Nairobi, Kenya e Lusaka, Zambia. Questo calendario è dedicato al centro Mthunzi che da vent'anni, a Lusaka, accoglie bambini di strada altrimenti senza speranza. I proventi sono destinati a loro.



Per ricevere questo calendario
Amani Ong Onlus

Via Tortona 86, 20144 Milano
tel. +39 02 48951149

bottega@amaniforafrica.it
www.amaniforafrica.it



DA CARTA NASCE CARTA

Più del 72% della carta e del cartone viene riciclato in Europa.

Questa è una notizia, vera.

Scopri le notizie vere sulla carta

www.naturalmenteioamolacarta.it

Fonte: The European Paper Recycling Council, 2018
Europa: 28 Paesi dell'Unione europea + Norvegia e Svizzera

*Naturalmente
io ♥ la carta*



Cucine **future**

Sempre più efficienti, delivery friendly, e Covid free. In un mercato che cambia ecco come reagiranno cucine e centri cottura all'evoluzione dei consumi e al nuovo contesto igienico-sanitario

di C. Lovisatti

"Non è la specie più forte che sopravvive, né la più intelligente ma quella più reattiva al cambiamento"
C. Darwin

Dopo poco più di una manciata di mesi dall'inizio della crisi ed in una fase ancora di grande incertezza è forse comunque possibile raccogliere e proporre qualche primo spunto sulle tendenze in atto e sui temi che prevedibilmente ci

accompagneranno per il prossimo futuro.

Certamente il settore turistico - alberghiero è stato tra i più drammaticamente colpiti ed in alcune sue componenti, mobilità business e turismo internazionale, soggetto prevedibilmente ad assestarsi su realtà significativamente diverse da quelle che conosceamo.

Stiamo entrando in una fase di significativo ridisegno strutturale della domanda di risto-

razione che imporrà una simmetrica revisione dell'offerta e delle relative strutture produttive. Mentre scrivo queste note mancano elementi adeguati per formulare ragionevoli ipotesi temporali sui tempi di conclusione dell'emergenza e su quelli successivi di assestamento. Ci aiuta soltanto la storia che ci dice che nello scorso ed in questo secolo i tempi di recupero dopo le crisi sono stati sempre misurati tra i 12 ed i 18 mesi.

Il quadro normativo

Le principali indicazioni sui comportamenti da tenere per fronteggiare la diffusione del virus sono state pubblicate lo scorso mese di aprile all'interno del documento redatto dall'Organizzazione mondiale della Sanità (World Health Organization. COVID -19 and food safety: guidance for food business -Interim guidance 7 April 2020) che contiene prati-

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2020**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
- Ristorazione on board
- Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
- Foodservice equipment
- Appuntamenti fieristici

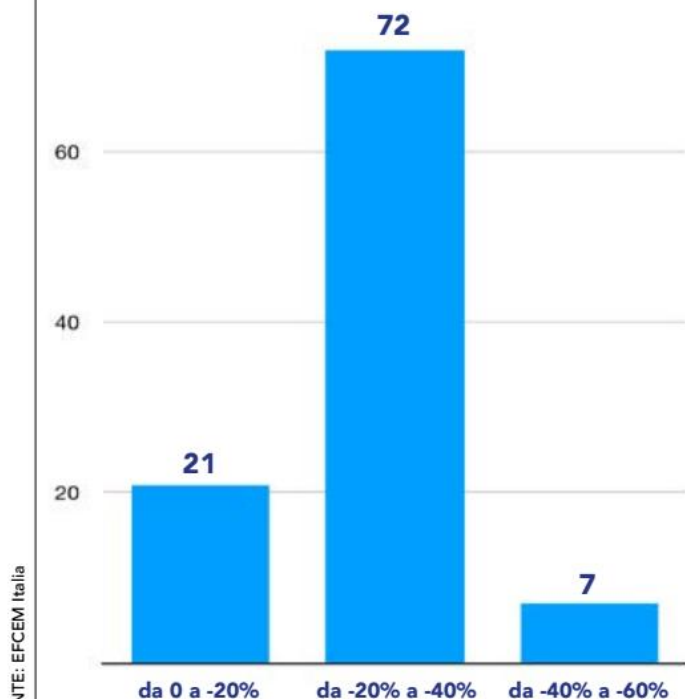
prenota la tua copia!

per info:
Edifis Srl - Tel. 02 3451230
pubblicita@edifis.it



Calo nell'afflusso ordini su base annua del Totale Ordini nel primo semestre del 2020

distribuzione % del numero delle risposte delle imprese



FONTE: EFCEM Italia

camente tutti gli elementi, dal rigoroso rispetto delle procedure HACCP ai comportamenti del personale alle distanze di sicurezza con i quali quotidianamente ormai ci confrontiamo. Sempre in aprile viene pubblicato dall'INAIL il "Documento tecnico sulla possibile rimodulazione delle misure di contenimento del contagio da SARS -CoV-2 nei luoghi di lavoro e strategie di prevenzione", documento fondamentale per la definizione delle classi di rischio in tutti gli apparati produttivi. L'area cucina professionale (pag. 10 e pag. 23) è inserita nella classe di rischio bassa e medio bassa. L'Istituto Superiore di Sanità nel rapporto 19/2020, pag. 4, recita "... Il virus sembrerebbe pertanto essere più stabile sulle superfici lisce ...". Citando specificamente plastica ed acciaio inossidabile tra i materiali più soggetti a stabilità di inquinamento. Lo stesso Istituto con il rapporto 20/2020, pag. 5 ri-

badisce quanto indicato nel rapporto precedente e integra "... il virus è estremamente stabile a 4 gradi centigradi... ma estremamente sensibile al calore..." Da questi studi di base prendono lo spunto almeno due importanti "manuali" che suggeriscono i criteri di comportamento e le corrette prassi operative nelle cucine professionali: il primo, redatto congiuntamente dalle tre associazioni cui fanno capo le strutture alberghiere Italiane - Federalberghi, Confindustria Alberghi e Assohotel, il secondo firmato da Fipe ed Afidamp. Entrambi i documenti sono reperibili sul sito delle Associazioni e riprese sul sito di EFCEM Italia.

La domanda

In questi mesi studi, valutazioni e stime sul futuro del settore dell'ospitalità si susseguono e si aggiornano a livello praticamente settimanale (vedi grafi-

EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione che, in seno ad APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità, un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno e una capacità di esportazione superiore al 70%. L'associazione rappresenta il settore italiano nell'ambito di EFCEM (European Federation of Catering Equipment Manufacturers).

co in alto). In estrema sintesi, il quadro generale di riferimento è e sarà caratterizzato da una contrazione, probabilmente strutturale degli esercizi e da un ridimensionamento, prevedibilmente temporaneo, del numero di clienti. In questo scenario, gli investimenti in ristrutturazioni degli impianti e di inserimento di attrezzature, dopo una prima, fisiologica ma sicuramente difficile e complessa, fase di assestamento dovranno confrontarsi con questa nuova realtà. Una fase di discontinuità che porterà ad una accelerazione di alcuni fenomeni e che potremmo raggruppare in tre punti, per molti versi interconnessi tra loro: razionalizzazione dell'organizzazione del lavoro, abbattimento dei costi operativi e, ovviamente, incremento degli standard di sicurezza igienica.

Il risultato, nel tempo, sono strutture che puntano sempre di più sull'efficacia ma perdono certamente di efficienza. Calando questa realtà in una fase di crisi in cui è necessario porre una maggior attenzione e valutazione nell'utilizzo delle risorse umane e nel contempo a creare un ambiente di lavoro che offra le massime garanzie sotto il profilo della sicurezza la revisione del layout acquista un peso nettamente maggiore. Un ridisegno in questa chiave porterà prevedibilmente alla riduzione del numero delle attrezzature, un orientamento ancora più spinto verso macchine polifunzionali o polispecialistiche ed infine a ricercare prodotti dotati di sempre maggiori livelli di automatizzazione e di capacità di auto apprendimento.

Organizzazione del lavoro

Layout degli impianti

Le cucine, in particolare nella ristorazione commerciale tradizionale, sono strutture dinamiche che si modificano nel tempo. Un recente studio dell'Istituto IXE per EFCEM Italia evidenzia un turnover costante di attrezzature con continue sostituzioni ed integrazioni.

Predisposizione per il delivery

Fenomeno di cui si è ampiamente trattato in questo periodo e che ha avuto un significativo sviluppo in particolare nelle principali aree urbane. Pur avendo toccato in maniera limitata la ristorazione tradizionale (come ampiamente illustrato negli approfondimenti svolti da Fipe in questo perio-

Parco installato	Assorbito nell'anno 2018	Tempi di rinnovo
4.997.000	Da 296.000 a 360.000	14-17 anni

do) nella fase di revisione della organizzazione della cucina (l'impatto di questa modalità nel layout non è banale) è sicuramente opportuno effettuare una attenta valutazione delle potenzialità offerte dal mercato potenziale per il delivery: dopo una riscoperta "coatta", l'ambiente domestico potrebbe continuare a rappresentare un'area di aggregazione sociale in cui la ristorazione tradizionale potrebbe giocare un ruolo interessante.

Abbattimento dei costi operativi

Quello della valutazione e della gestione dei costi operativi è un tema che, con le ovvie eccezioni, non ha sinora incontrato, con varie motivazioni, particolare interesse nel mondo della ristorazione. Dobbiamo prendere atto che, almeno sul breve e medio periodo, dovremo confrontarci anche qui con regole mutate. La riduzione dei costi di funzionamento della cucina rappresenta una delle componenti significative di questo processo e la tecnologia può oggi portare un significativo contributo nel loro contenimento:

LE NORMATIVE VIGENTI

- Regolamento UE 2015/1095 "Progettazione eco-compatibile degli armadi refrigerati professionali e degli abbattitori"
- Regolamento UE 2014/1095 "Etichettatura energetica degli armadi frigoriferi/congelatori professionali"
- Norma EN 16825 "Armadi e tavoli refrigerati per uso professionale - Classificazione, requisiti e condizioni di prova"
- Norma EN 17032 "Abbattitori di temperatura per la refrigerazione e la congelazione per uso professionale - Classificazione, requisiti e condizioni di prova"

Consumi energetici: il quadro normativo relativo alla etichettatura energetica delle attrezzature, oggi copre il mondo della refrigerazione ed in particolare il segmento degli armadi.

Sono in avanzato stadio di sviluppo i progetti di etichettatura degli abbattitori di temperatura, dei forni, delle lavastoviglie e delle lavabiancherie. Già ora comunque è possibile trovare nella documentazione dei produttori indicazioni che consentano di effettuare una valutazione dei costi energetici di esercizio delle principali attrezzature. L'impegno dei produttori in chiave di riduzione consumi è stato significativo in



questi ultimi 10- 15 anni. Un'indicazione di massima a parità di prestazioni una attrezzatura attuale consuma almeno il 30% in meno di energia rispetto al suo omologo di 10 anni fa.

Automatizzazione dei processi: impegno e creatività nella "progettazione" delle ricette e massima automatizzazione nella loro esecuzione. Se i forni nelle loro ultime generazioni sono la punta di diamante di questo modo di fare cucina, molte altre attrezzature stanno seguendo: brasieri, friggitorici, piani di cottura ad induzione, fry-top senza dimenticare l'impegno in automazione presente nel mondo del lavaggio stoviglie e biancheria. Una evoluzione - rivoluzione ormai



in atto e che consente oggi di selezionare macchine in cui la componente di manodopera

senta uno degli altri fondamentali pilastri nella razionalizzazione dell'attività con positive ricadute anche sotto il profilo dei costi operativi: un costante "dialogo" tra le attrezzature presenti nell'impianto assicurerà la migliore pianificazione dell'attività ed il più razionale ed economico utilizzo delle attrezzature. Il futuro è d'obbligo in quanto i protocolli di comunicazione tra le varie attrezzature sono in fase di sviluppo e prevedibilmente vedranno la luce il prossimo anno.

Sarà un salto generazionale, da una normale consolle di pc, ovunque collocata, si potranno monitorare processi in corso, pianificare interazioni tra le macchine e monitorarne costantemente il livello di funzionalità. Fantascienza per fast food? Sicuramente no: sono

operativa può essere significativamente ridotta.

Connettività. Tema sul quale siamo già venuti più volte in queste pagine e che rappre-



strumenti che già in parte sono disponibili, che sono e saranno fruibili anche per le piccole e medie cucine tradizionali. A patto di accettare lo sforzo necessario a gestire la discontinuità culturale e di approccio che tutto questo implica.

Manutenzione. I costi di manutenzione ed in particolare quelli degli interventi di riparazione oltre ai disagi legati ai conseguenti fermi macchina anche se non sono una delle voci fondamentali certamente debbono essere considerati e pianificati. Indubbiamente attrezzature più sofisticate e complesse richiedono una diversa e maggiore attenzione nella manutenzione tuttavia affrontare il tema sino dal momento dell'acquisto è sicuramente opportuno: da valutare piani di estensione della garanzia, contratti di manutenzione programmata e, soprattutto la connessione delle attrezzature direttamente con il centro servizi tecnici che garantisca il monitoraggio costante delle prestazioni ed eventuali interventi mirati con conseguenti riduzioni di tempi e costi.

Disaccoppiamento tra preparazione e consumo. Abbattimento, abbattimento e congelazione, cottura e conservazione sottovuoto, conservazione a media temperatura. Oggi la tecnologia offre una serie di interessanti soluzioni per consentire il disaccoppiamento tra la fase di preparazione - cottura e quella del servizio. Senza entrare nel dettaglio delle caratteristiche delle diverse soluzioni (in merito si rimanda all'articolo pubblicato sul numero dello scorso Maggio di Ristorando) in linea di massima tutte presentano interessanti vantaggi sul piano economico oltre a garantire positive ricadute nell'organizzazione del lavoro.

Analisi critica del menu. Argomento ovviamente molto delicato ma sicuramente opportuno: ricostruire un nuovo



equilibrio tra competenze, immagine e posizionamento del locale, riduzione dei costi e semplificazione dei processi è forse una delle attività più complesse in questa fase di generale ripensamento dell'attività vuoi in ragione dei temi che stiamo affrontando in queste righe vuoi per il cambio, congiunturale, generazionale e culturale della clientela.

Standard di sicurezza igienica

Trasversale su tutto questo il tema dell'igiene che diverrà uno dei fattori dominanti, nelle sue varie e complesse declinazioni, nel prossimo futuro delle cucine professionali. È diventato forse uno dei temi più articolati e complessi da affrontare poiché va a toccare praticamente tutte le attrezzature presenti nell'impianto e la stessa organizzazione del lavoro. Se infatti in passato parlar di

igiene voleva essenzialmente parlare di pulibilità (vedi nostro articolo apparso sul numero di Dicembre 2019 di Ristorando) ovvero di agevole rimovibilità prevalentemente di residui organici, nella nuova angolazione cui il SARS - CoV-2 ci ha costretti, igiene diventa quasi sinonimo di sicurezza per i clienti e per gli addetti ai lavori.

Iniziamo questa carrellata da due tipologie di macchine vocate a produrre "pulito": lavastoviglie e lavabiancheria. Agli inizi del 2020 nell'ambito dei lavori svolti con ENEA - Agen-

zia Nazionale per le Nuove Tecnologie l'Energia e lo Sviluppo Economico Sostenibile, erano iniziate le tarature dei protocolli tecnico-prestazionali per la definizione dell'etichettatura energetica delle **lavastoviglie professionali** la cui presentazione era prevista per Host 2021.

Il progetto, voluto e messo a punto dalle Aziende associate ad EFCM Italia, non subirà slittamenti ma sarà integrato con un progetto parallelo sulle prestazioni di queste macchine in rapporto al virus. Questa parte focale sarà disponibile entro la fine del corrente anno. In attesa delle relative risultanze, il consiglio agli utenti è quello di effettuare una verifica del corretto funzionamento delle macchine installate ed in particolare delle temperature di lavaggio in gradi centigradi e di risciacquo oltre ad effettuare quotidianamente una approfondita pulizia della vasca e dei filtri in coerenza con quanto previsto nel manuale di manutenzione.

Non inutile ricordare che una lavastoviglie efficiente è l'alternativa a basso impatto ambientale, economica, funzionale e sicura al monouso.

Lavaggio biancheria: l'of-



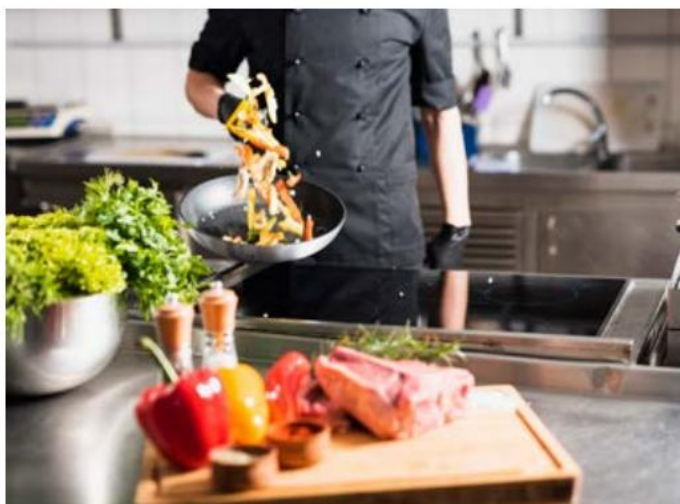
ferta è già oggi molto articolata e prevede anche la presenza di macchine specificamente concepite, come caratteristiche tecniche e cicli di lavaggio, per operare in ambienti ad alto rischio di contaminazione.

Non sussistono indicazioni, per quanto ad oggi noto, sulla necessità di adottare macchine di questo tipo, necessariamente più costose e di più complesso utilizzo, anche nel settore alberghiero e della ristorazione. Anche sul mondo del lavaggio biancheria sono tuttavia in corso, sempre sotto l'egida di EFCEM Italia, i test di verifica delle prestazioni con l'obiettivo di confermare l'efficacia delle prestazioni e l'eventuale messa a punto di cicli specifici destinati alla sanitizzazione. Più complesso si presenta il tema nel mondo degli Armadi frigoriferi ed in generale delle attrezzature refrigerate di conservazione e distribuzione a causa della stabilità del SARS-CoV-2 alle basse temperature positive.

Diviene pertanto fondamentale curare con estrema attenzione la pulizia interna delle attrezzature, possibilmente sostituendo quelle che presentino evidenti segni di obsolescenza anche solo meccanica. Ricordiamo a questo proposito che gli armadi frigoriferi sono oggi dotati di etichettatura

CONSUMI A CONFRONTO

Prendendo come riferimento un armadio "700 litri" (503 litri netti) ed in considerazione un costo dell'energia medio di 0.21 €/kWh, il risparmio energetico tra un armadio di classe A ed uno di classe G è pari all'80% ne deriva un risparmio economico approssimabile a 800 € annui per un congelatore professionale e 300 € per un frigorifero professionale.



energetica consentendo l'acquisto di macchine che, grazie ai consumi ridotti, garantiscono un rapido ritorno dell'investimento e livelli spesso eccellenti di pulibilità.

Ancora per gli armadi, sono infine in fase di studio, e saranno prevedibilmente disponibili per la fine del corrente anno soluzioni specifiche per quelle situazioni che richiedano un livello ancora superiore di sicurezza.

Trattamento ed estrazione delle fumane, loro ripristino e creazione di un adeguato microclima nella cucina: i moderni impianti di climatizzazione sono strutture complesse che richiedono una costante attività di manutenzione e pulizia. Molto delicata diviene ora la loro gestione: in particolare si richiama l'attenzione su tre punti: un maggior livello di pulizia dei filtri e delle canalizzazioni, l'adozione di eventuali sistemi ausiliari di filtraggio in grado di trattenere anche le microparticelle e la valutazione dell'opportunità di inserimento di dispositivi di sanitizzazione dell'aria come raccomandato nei documenti sopra citati. Una citazione infine per le attrezzature di preparazione: tavoli, armadi, lavelli e pensili sono purtroppo spesso progettati, prodotti ed installati con modesta o scarsa atten-

sare a livelli più alti di igiene per cui soluzioni di diverso livello qualitativo, in passato scartate per il costo significativamente più alto, oggi possono divenire sicuramente più interessanti in un diverso rapporto tra costo d'acquisto, costi legati alla pulizia e garanzie igieniche.

Nuove tecnologie, nuova clientela, nuovi approcci, il tutto calato in una durissima fase congiunturale.

Questo lo scenario. Abbiamo cercato con queste note di portare un contributo nella speranza di aver offerto qualche spunto utile in una visione volutamente e razionalmente positiva del futuro della ristorazione italiana, uno dei principali comparti della nostra economia e, non dimentichiamolo mai, una delle eccellenze del nostro Paese.





Tra passato e futuro

Duro in Italia l'impatto della pandemia sul settore della distribuzione automatica. Che punta a offrire ristoro in sicurezza agli utilizzatori del parco installato più esteso d'Europa

di MLA

L'Italia è uno dei leader della distribuzione automatica a livello mondiale: con un parco costituito a livello nazionale da oltre 800mila vending machine (in Germania sono "solo" 550mila con una popolazione superiore di 20 milioni di unità), siamo ai primi posti anche quanto ad export. Insomma: un'eccellenza del made in Italy. Prima del Covid, sommando il mercato del vending tradizionale e quello del porzionato (caffè in capsule e cialde), il giro d'affari lungo lo Stivale del settore arrivava a 4 miliardi di euro all'anno, per 12 miliardi di consumazioni. Con le

progressive chiusure, ad aprile il comparto è arrivato a registrare una perdita del 70%. Ma non si è fermato: il DPMC dell'11 marzo contemplava tra le attività escluse dalle chiusure il "commercio effettuato per mezzo di distributori automatici". La funzione sociale di questo canale di vendita di cibo e bevande, nato per offrire ristoro 24 ore su 24 anche in luoghi dove non esiste alternativa, si è ulteriormente rafforzata nel corso della prima ondata della pandemia, servendo medici, infermieri, forze dell'ordine e lavoratori delle filiere essenziali (quali l'alimentare e il

farmaceutico) che continuavano a operare nonostante le chiusure.

Fare squadra

A maggio, con la Fase 2, per supportare i gestori della distribuzione automatica e i negozi H24, **CONFIDA**, l'associazione che in Italia rappresenta una buona fetta del mondo del vending, ha realizzato la campagna #pausasicura: in sostanza, una serie d'indicazioni e comportamenti rivolti sia ai consumatori sia agli operatori per garantire appunto una fruizione in sicurezza delle macchinette. Raccomandazioni

riproposte dopo il 14 settembre per le scuole con la redazione di un "Protocollo per il rifornimento e la gestione dei distributori automatici presso gli istituti scolastici". In esso, sono descritte le misure di prevenzione volte a consentire la corretta gestione degli apparecchi installati negli istituti scolastici e universitari, nel rispetto delle regole anti Covid-19, nonché necessarie a tutelare la salute degli studenti, degli insegnanti e del personale. Un passo indietro: nel corso del lockdown anche molti titolari di pdv automatici H24 hanno chiesto supporto all'associazione,

che ha dato vita a una Commissione ad hoc, un gruppo di lavoro che sviluppa attività e servizi specializzati: sono una quarantina le aziende, presenti sul territorio italiano con circa 150 store su un totale grossomodo di 2.500 punti vendita, entrate recentemente a far parte di CONFIDA.

Fare squadra appare infatti come necessario preambolo a ogni azione collettiva a tutela di imprese che, a causa dell'emergenza, registrano un fatturato ridotto mediamente del 25-30% rispetto agli stessi mesi del 2019.

Più in dettaglio, secondo un'analisi fatta da *Vending Magazine* sull'andamento dei bilanci delle imprese di gestione (realizzata con l'ausilio di 10 aziende del settore che hanno messo a disposizione i loro dati contabili), guardando alla riduzione dei fatturati e alle altre voci di costo, emerge che il decremento dei ricavi nel mese di marzo è stato del 40-50%, mentre nel mese di aprile è aumentato fino al 70-80%. E adesso è prevista una riduzione che oscilla tra il -35% e il -15% nell'ultima parte dell'anno.

Anche l'**European Vending&Coffee Service Association** (EVA), l'associazione europea della distribuzione automatica, ha pubblicato un lavoro sulle conseguenze del Covid-19 sul settore. Il rapporto, sviluppato attraverso una relazione che ha preso in esame l'intero mercato europeo, nonché 7 report su singoli paesi (Austria, Francia, Germania, Italia, Romania, Spagna e Regno

Unito), la dice lunga su quanto sia grave l'impatto delle restrizioni dovute al Coronavirus. Basato sulle risposte a un sondaggio effettuato sia tra gli operatori (i gestori delle macchinette) che tra i fornitori (fabbricanti, fornitori di prodotti, di soluzioni di pagamento, ecc.) in 13 stati del Vecchio Continente, il dossier rivela come per il 58% degli operatori il fatturato in aprile sia sceso tra il 61% e il 99% rispetto allo stesso periodo del 2019. Non solo: il 70% di essi ritiene che la crisi porterà a cambiamenti nel comportamento dei consumi presso i distributori automatici mentre il 60% dei fornitori vede in prospettiva una maggiore domanda di pagamento senza contanti. Infine, solo 1 fornitore su 5 prevede una crescita del fatturato nella primavera 2021 rispetto al 2019.

Tra canoni e riciclo

Prospettive incerte che, esaurito l'effetto tampone della cassa integrazione e del blocco ai licenziamenti, potrebbero avere ripercussioni anche in termini occupazionali: il vending dà lavoro a oltre 30mila persone a cui si aggiungono altri 12mila lavoratori dell'indotto. Tanto più che la distribuzione automatica sconta un ulteriore scotto: i gestori dei distributori devono sobbarcarsi anche il peso dei cosiddetti canoni concessori e demaniali, che le pubbliche amministrazioni richiedono per consentire loro di posizionare le vending machine.

Canoni aumentati esponenzialmente – lamenta CONFIDA – negli ultimi dieci anni, con il risultato di far andare in perdita alcune concessioni particolarmente onerose sotto questo punto di vista.

C'è da dire a riguardo che, con il Decreto Rilancio, per i mesi dell'emergenza Covid si sono potuti rinegoziare molti di questi canoni, scongiurando così di pagare anche per apparecchi out of order, come quelli in scuole e università. Una soluzione tampone che non può lasciare il posto al ritorno sic et simpliciter alle richieste esose del passato, che azzopperebbero un settore già in forte difficoltà. E che tuttavia, secondo CONFIDA, si presta meglio di altri a offrire un ristoro al passo con le necessità dei tempi che viviamo: grazie alle confezioni monouso infatti, il distributore garantisce una reale sicurezza al consumatore. Ma non mancano le contraddizioni: la sicurezza tanto declamata e richiesta da tutti infatti, ben si sposa con l'impiego di quei prodotti monouso (bicchieri, palette, pet) che, fino a prima della crisi sanitaria, erano oggetto di una guerra rasentante punte di zelo ideologico, cui l'associazione risponde con

la proposta di uno smistamento e di un riciclo corretto: di qui il progetto di economia circolare RiVending, che consente di raccogliere separatamente, riciclare e reimmettere nella produzione di altri prodotti i monouso impiegati nel vending. A tale iniziativa si accompagnano quelle sul riutilizzo dei fondi del caffè, sull'aiuto allo sport e sul sostegno a iniziative di solidarietà. Nel cui ambito naturalmente si collocano quelle volte a rendere possibile il lavoro in assoluta sicurezza, attraverso procedure operative "ad hoc" e attività di sanificazione, e per consentire ad aziende e consumatori l'utilizzo dei distributori automatici in piena tranquillità. Una cosa non da poco in un contesto caratterizzato da timori più che comprensibili ingenerati dal virus (e dal bailamme comunicativo generato dai mass media e dalla politica) nei consumatori.



WWW.
ristorando

.EU



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna



I contratti del mese in Italia pag. 68



L'attesa



Aspettando gli effetti che avranno le progressive strette e i coprifuoco decisi a livello nazionale regionale e locale per arginare la seconda ondata della pandemia, il monitor registra il fermento che ha tutto sommato caratterizzato la fine dell'estate: specie nel campo della commerciale, che ha visto aumentare di 16 i contratti recensiti, portando il segmento a quota 83, ben al di là del bottino delle scuole, ferme a 55 (+11). Seguono la sociosanitaria con 5 contratti in più, aziende e buoni pasto con progressioni di 3 mentre fermo risulta il vending.

(Nella settimana rilevazione abbiamo censito 192 contratti e 92 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CIMAS SRL	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
MARKAS	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto
♦ RESIDENZA RIVIERA DEL BRENTA, DOLO (VE)	

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

BAVONE LORIS	1 contratto precedente
CIRFOOD	2 contratti precedenti
COOPERATIVA SOCIALE COOSS MARCHE ONLUS SCPA	1 contratto precedente
DUSSMAN SERVICE ♦ COMUNE DI LEVATE (BG)	3 contratti 2 contratti precedenti
EGEA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
G.R.A. DI BERTAZZONNI PAOLO & C. SAS ♦ COMUNE DI TORBOLE CASAGLIA (BS)	1 contratto
LA GRECIA COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
MARKAS ♦ CENTRALE UNICA DI COMMITTENZA DELLA REGIONE AUTONOMA VALLE D'AOSTA	3 contratti 2 contratti precedenti
PASTORE SRL	1 contratto precedente
SANTA LUCIA SOC. COOP.	1 contratto precedente
SARCA CATERING SRL	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ SOC. REGIONALE PER LA SANITÀ (SO.RE.SA. SPA), NAPOLI	7 contratti 6 contratti precedenti
SIARC SPA	1 contratto precedente
SIR SISTEMI ITALIANI RIST. SRL	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente
TURIGEST S.R.L.	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

DUSSMAN SERVICE ♦ PROVVEDITORATO REGIONALE DELL'AMM. PENITENZIARIA PER IL TRIVENETO, LOTTO 1 E 3	2 contratti
RITMO S.R.L.	1 contratto precedente

Mense Aziendali

DUSSMAN SERVICE	1 contratto precedente
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
MARKAS SRL	1 contratto precedente
SARCA CATERING SRL	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SH GESTIONI ♦ SOCIETÀ UNICA ABRUZZESE DI TRASPORTO (TUA) SPA, PESCARA	1 contratto

Scuole Private ed Università

AD-MAJORA SRL	1 contratto precedente
ALTHEA SRL ♦ COMUNE DI BELLIZZI (SA)	1 contratto
CIRFOOD	1 contratto precedente
CIMAS SRL	1 contratto precedente
DUSSMAN SERVICE	1 contratto precedente
RISTO 3	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente

Scuole Pubbliche

ALL FOOD	1 contratto precedente
CAMST ♦ COMUNE DI CARONNO PERTUSELLA (VA)	4 contratti 3 contratti precedenti
CIMAS SRL	1 contratto precedente
C.D.S. COOP. SOC.	1 contratto precedente
CIRFOOD ♦ COMUNE DI FERRARA	4 contratti 3 contratti precedenti
COCCODRILLO SOC. COOP. SOC.	1 contratto precedente
DIAPASON SOC. COOP.	1 contratto precedente
DUSSMAN SERVICE ♦ COMUNE DI LEVATE (BG)	4 contratti 3 contratti precedenti
EURORISTORAZIONE ♦ COMUNE DI GORLA MINORE	2 contratti 1 contratto precedente
FERRARA SRL	1 contratto precedente
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO&C SAS ♦ COMUNE DI TORBOLE CASAGLIA (BS)	3 contratti 2 contratti precedenti
ITALCATERING	1 contratto precedente
IRIDE SOC. COOP. SOCIALE ♦ COMUNE DI GIANO DELL'UMBRIA (PG)	1 contratto
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	1 contratto precedente
LADISA	1 contratto precedente
MARKAS	1 contratto precedente
SARCA CATERING	1 contratto precedente
SERCAR RISTORAZIONE COLLET. SPA	2 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ COMUNE DI PALAZZOLO DELLO STELLA (UD)	1 contratto
SOC COOP AVVENIRE COOP SOC ONLUS	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA SPA ♦ COMUNE DI FIUMICINO (RM) ♦ COMUNE DI VELLEZZO BELLINI (PV)	8 contratti 6 contratti precedenti
TURIGEST SRL	1 contratto precedente
VIVENDA SPA ♦ COMUNE DI SACROFANO (RM)	3 contratti 2 contratti precedenti

Ristorazione commerciale e esercizi urbani e centri commerciali

ALICE PIZZA	1 contratto precedente
ALL'ANTICO VINAIO	1 contratto precedente
AMBASCIATA LIGURE	1 contratto precedente
ANTICA FOCACCERIA SAN FRANCESCO	1 contratto precedente
AUGUSTA MEDITERRANEO	1 contratto precedente
BONETTI	1 contratto precedente
BURGEZ	1 contratto precedente
CALAVERA	2 contratti
♦ OUTLET DI VALMONTONE	1 contratto precedente
CARNE (DIVERSAMENTE MACELLAI)	1 contratto precedente
CIGIERRE	6 contratti precedenti
DISPENSA EMILIA	1 contratto precedente
FUSTO MILANO	1 contratto precedente
GIACOMO GASTRONOMIA	1 contratto precedente
GRUPPO UNES	1 contratto precedente
HUM.US	1 contratto
♦ VENEZIA	
IL MORO	1 contratto
♦ MONZA	
INGRANDE	1 contratto precedente
LÖWENGRUBE KLEIN	1 contratto
♦ CC MAXIMALL DI PONTECAGNANO (SA)	
JOLIBEE	1 contratto
♦ ROMA	

Siti in Concessione

CHEF EXPRESS	1 contratto
♦ MCDONALD'S C70 AEROPORTO ELMES, CAGLIARI	
DFF SRL	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
FD SRL	1 contratto
♦ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA, POTENZA	
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	1 contratto precedente
HOTEL RISTORANTE CELESTINO SNC	1 contratto precedente
MAPI SRL	1 contratto precedente
MCDONALD'S	1 contratto
♦ AEROPORTO ELMES, CAGLIARI	
KÖHİ TOKYO 1982	1 contratto precedente
RISTOSYSTEM S.A.S.	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SIRIO	15 contratti precedenti
STEFANO FANTI & C. SAS	1 contratto precedente
SVILUPPO LEGGERO SRL	1 contratto
♦ BAR C/O BIBLIOTECA CIVICA SETTIMO TORINESE (TO)	

Vending

GRUPPO ARGENTA SPA	2 contratti precedenti
MASTRIA VENDING SRL	1 contratto precedente
SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA SRL	1 contratto precedente

KFC	3 contratti precedenti
LA PIADINERIA	5 contratti
♦ MILANO VIA PISANI	
♦ MULTISALA CNELANDIA, AROSIO (CO)	
♦ CASTELNUOVO DEL GARDA (VR)	
2 contratti precedenti	
MCDONALD'S	1 contratto precedente
MISCUSI	1 contratto
♦ TORINO	
NIMA SUSHI	1 contratto precedente
NORDSEE HOLDING	1 contratto precedente
PESCHERIA DI NAPOLI	1 contratto
♦ TORINO	
PIE - PIZZERIA ITALIANA ESPRESSA	1 contratto precedente
POKE HOUSE	3 contratti precedenti
RAFAEL	1 contratto precedente
RICE BALL HOUSE	1 contratto precedente
ROADHOUSE RESTAURANT	1 contratto precedente
ROSSOCAFÈ	1 contratto
♦ LINGOTTO TORINO	
ROSSOPOMODORO	3 contratti precedenti
SHINTO	1 contratto
♦ PERUGIA	
SUSHIKO	1 contratto precedente
TEMAKINHO	1 contratto precedente
VERO CAFFÈ	1 contratto precedente
WAGAMAMA	1 contratto precedente

Buoni pasto per Imprese e Società private

EDENRED	1 contratto precedente
PIÙ BUONO SRL	1 contratto
♦ GRUPPO HERA, LOTTO 2 (VENETO, FRIULI VENEZIA GIULIA)	
SODEXO MOTIVATION SOLUTION ITALIA	1 contratto
♦ GRUPPO HERA, LOTTO 1 (EMILIA-ROMAGNA, VENETO, FRIULI VENEZIA GIULIA)	

Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE SPA	1 contratto precedente
EDENRED	4 contratti precedenti

Buoni pasto per Enti Pubblici

EDENRED	1 contratto
♦ AMSC SPA DI GALLARATE	



Contratti monitorati al 30 settembre 2020

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	4
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	28
Totale Ristorazione Collettiva	32
Forze armate e corpi militarizzati	3
Ristoranti aziendali ed interaziendali	6
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	9
Scuole private ed Università	7
Scuole pubbliche	48
Totale Ristorazione Scolastica	55
Esercizi urbani e centri commerciali	54
Esercizi in concessione	29
Totale Ristorazione Commerciale	83
Imprese e società private	3
Enti pubblici	1
Buoni pasto elettronici e card	5
Totale Buoni pasto	9
Vending	4
Totale contratti monitorati	192

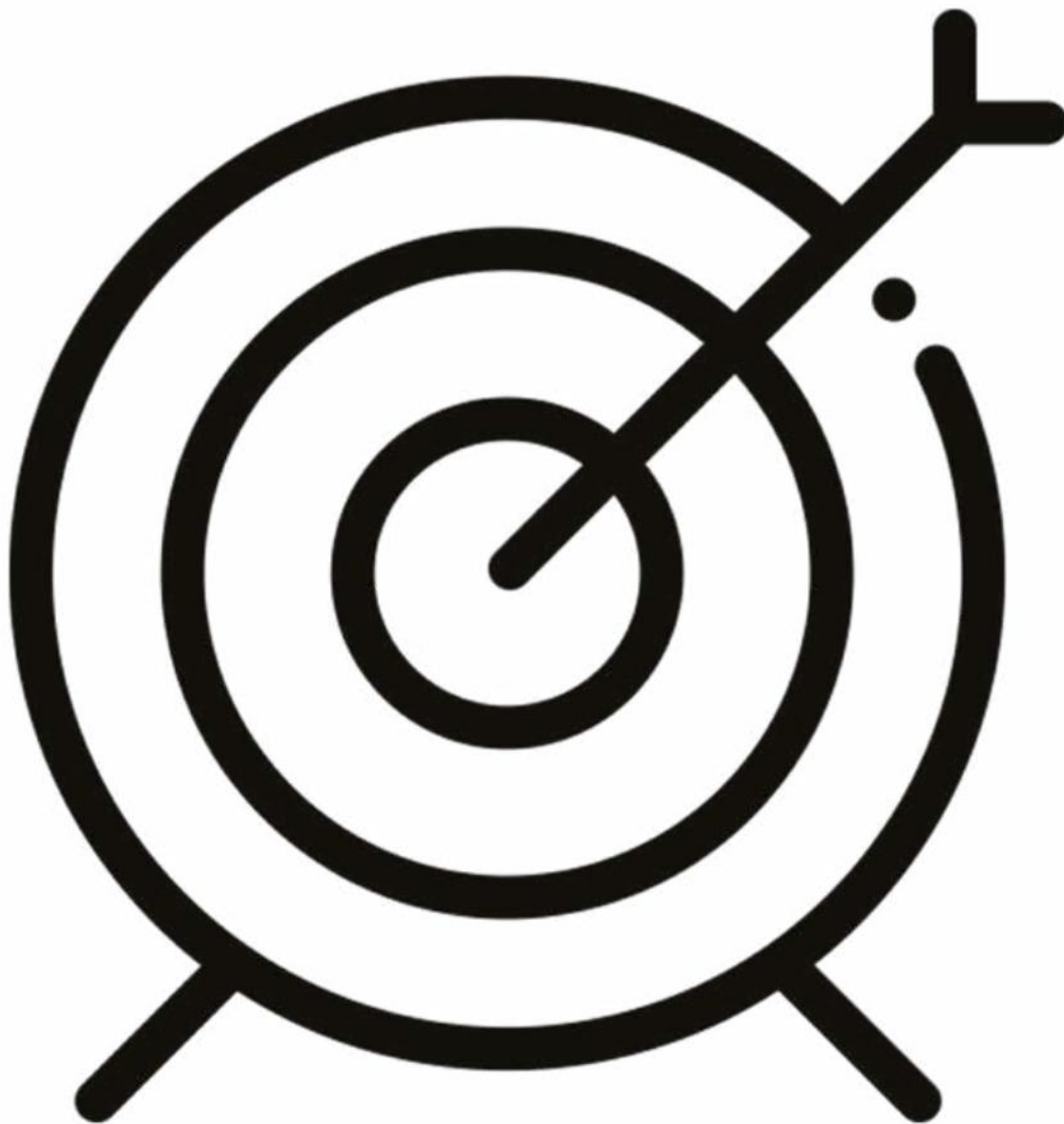


Società monitorate al 30 settembre 2020

1	AD-MAJORA SRL	
2	ALICE PIZZA	
3	ALL'ANTICO VINAIO	
4	ALL FOOD	
5	ALTHEA SRL	
6	AMBASCIATA LIGURE	
7	ANTICA FOCACCERIA SAN FRANCESCO	
8	BAVONE LORIS	
9	BONETTI	
10	BRIANZA ENERGIA AMBIENTE SPA	
11	BURGEZ	
12	CALAVERA	
13	CAMPLUS	Hum.us

14	CARNE (DIVVRSAMENTE MACELLAI)	
15	C.D.S. COOP. SOC	
16	CIGIERRE	Old Wild West, America Graffiti, Temekinho
17	CIMAS SRL	
18	CIRFOOD	
19	COCCODRILLO SOC. COOP. SOC.	
20	COOPERATIVA SOCIALE COOSS MARCHE ONLUS SCPA	
21	DAY RISTOSERVICE SPA	
22	DFF SRL	
23	DIAPASON SOC. COOP. SOC.	
24	DISPENSA EMILIA	
25	DUSSMANN SERVICE SRL	
26	EDENRED	

**Informazione e networking:
la nostra forza è il target mirato**



Ristorando

retail TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER
food

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

italiano
l'Orafo
Since 1945

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**



EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - info@edifis.it

27	EGEA GLOBAL SERVICE	
28	EURORISTORAZIONE	
29	FD SRL	
30	FERRARA SRL	
31	FUSTO MILANO	
32	GEMEAZ ELIOR	
33	GEMOS SOC. COOP.	
34	GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	
35	GIACOMO MILANO	Giacomo Gastronomia
36	GRA DI BERTAZZONI PAOLO&C SAS	
37	GUIDO SRL	Augusta Mediterraneo
38	GRUPPO ARGENTA SPA	
39	GRUPPO LUCA GUELF	Rafael
40	GRUPPO UNES	Viaggiator Goloso
41	HOTEL RISTORANTE CELESTINO SNC	
42	IL MORO	
43	INGRANDE	
44	ITALCATERING	
45	JOLLIBEE	
46	KFC	
47	KŌHĪ TOKYO 1982	
48	LÖWENGRUBE	
49	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
50	LA GRECĪA COOPERATIVA SOCIALE	
51	LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	
53	LA PIADINERIA	
54	LADISA	
55	MAPI SRL	
56	MARKAS SRL	
57	MASTRIA VENDING SRL	
58	MCDONALD'S	
59	MISCUSI	
60	NIMA SUSHI	
61	NORDSEE HOLDING	Go! Fish
62	PASTORE SRL	

63	PESCHERIA DI NAPOLI	
64	PIE - PIZZERIA ITALIANA ESPRESSA	
65	PIÙ BUONO SRL	
66	POKE HOUSE	
67	RICE BALL HOUSE	
68	RISTO 3	
69	RISTOSYSTEM S.A.S.	
70	RITMO SRL	
71	ROADHOUSE RESTAURANT	
72	ROSSOCAFÈ	
73	ROSSOPOMODORO	
74	SANTA LUCIA SOC. COOP. SOC.	
75	SARCA CATERING SRL	
76	SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA SRL	
77	SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	
78	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
79	SHINTO	
80	SH GESTION	
81	SIARC	
82	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL	
83	SIRIO	
84	SOC COOP AVVENIRE COOP. SOCIALE ONLUS	
85	SODEXO ITALIA SPA	
86	SODEXO MOTIVATION SOLUTION ITALIA	
87	STEFANO FANTI & C. SAS	
88	SUSHIKO	
89	SVILUPPO LEGGERO SRL	
90	TURIGEST SRL	
91	WAGAMAMA	
92	VERO CAFÈ	

**Leader Italiano
nella progettazione
di strutture
per la ristorazione collettiva**

40

**Quarant'anni
di esperienza**

Il nuovo tortino Schär per la ristorazione professionale



Dr. Schär Foodservice presenta il **Tortino al cioccolato Schär**: l'iconico dessert dal cuore fondente disponibile in versione gluten free da ottobre 2020.

Senza glutine e senza frumento, il nuovo Tortino è una vera esplosione di golosità, perché preparato con il 22% di cioccolato fondente, uova e burro di alta qualità. I professionisti della ristorazione potranno così arricchire il loro menu con un dolce scenografico, amato da tutti, e da personalizzare secondo la propria fantasia: dai

frutti rossi e una spolverata di zucchero a velo, al gelato alla vaniglia e una foglia di menta, per un tocco di freschezza. Il Tortino al cioccolato Schär è confezionato in comode e sicure monoporzioni. Essendo surgelato presenta una lunga shelf life – 16 mesi – e assicura il mantenimento del sapore e delle caratteristiche organolettiche. È semplice e veloce da preparare, poiché richiede pochissimi minuti in forno tradizionale e meno di un minuto al microonde. Una soluzione pratica, buona e sicura, che soddisfa i gusti sempre più esigenti della clientela celiaca e sensibile al glutine.

<https://www.drshaer-foodservice.com/it-it>

Dr Schär
Foodservice

Coccole e Natura in Padella nuove referenze Bonduelle

La nuova referenza **Coccole Falafel** si inserisce nella gamma **Coccole Bonduelle**, una gamma di successo che registra da anni performance positive. **Coccole Falafel** sono, golose polpette di legumi, croccanti all'esterno ma con un cuore morbido, dal gusto pieno e ricco in cui si riconosce il sapore inconfondibile dei ceci, ingrediente principale, esaltato dalla presenza calibrata di delicate spezie. Un prodotto di ispirazione mediorientale che risponde al trend di consumo di piatti etnici in crescita tra gli italiani.



Coccole Falafel è la quarta referenza della gamma **Coccole** e come le altre tre referenze si contraddistingue per la facilità e la rapidità di preparazione. I prodotti della gamma **Coccole** si possono cuocere in forno (10 minuti circa) o in padella (15 minuti circa) per ottenere una crosticina croccante all'esterno.

Nel segmento dei misti al naturale Bonduelle è presente con la gamma **Natura in padella**. La nuova referenza **fagiolini, carote arancioni e gialle, piselli e patate**, è una ricetta leggera, un mix al naturale, salutare e gustoso, che abbina alcune tra le verdure più amate. La risposta di Bonduelle è un mix semplice ma unico: il gusto invitante delle patate tagliate a spicchi, elemento gourmet croccante e saporito, si unisce alla delicatezza dei piselli, dei fagiolini e delle carote sia gialle sia arancioni, creando una combinazione di verdure distintiva nel suo genere e molto colorata. Fagiolini, carote arancioni e gialle, piselli e patate è una soluzione senza condimenti aggiunti, leggera e sana, che racchiude i benefici di ingredienti selezionati per un misto saporito ma anche versatile e pratico. I prodotti della gamma **Natura in Padella** si preparano in pochi minuti in padella (10) o microonde (7 minuti).



La nuova referenza **Coccole Falafel** si inserisce nella gamma **Coccole Bonduelle**, una gamma di successo che registra da anni performance positive. **Coccole Falafel** sono, golose polpette di legumi, croccanti all'esterno ma con un cuore morbido, dal gusto pieno e ricco in cui si riconosce il sapore inconfondibile dei ceci, ingrediente principale, esaltato dalla presenza calibrata di delicate spezie. Un prodotto di ispirazione mediorientale che risponde al trend di consumo di piatti etnici in crescita tra gli italiani. Coccole Falafel è la quarta referenza della gamma **Coccole** e come le altre tre referenze si contraddistingue per la facilità e la rapidità di preparazione. I prodotti della gamma **Coccole** si possono cuocere in forno (10 minuti circa) o in padella (15 minuti circa) per ottenere una crosticina croccante all'esterno. Nel segmento dei misti al naturale Bonduelle è presente con la gamma **Natura in padella**. La nuova referenza **fagiolini, carote arancioni e gialle, piselli e patate**, è una ricetta leggera, un mix al naturale, salutare e gustoso, che abbina alcune tra le verdure più amate. La risposta di Bonduelle è un mix semplice ma unico: il gusto invitante delle patate tagliate a spicchi, elemento gourmet croccante e saporito, si unisce alla delicatezza dei piselli, dei fagiolini e delle carote sia gialle sia arancioni, creando una combinazione di verdure distintiva nel suo genere e molto colorata. Fagiolini, carote arancioni e gialle, piselli e patate è una soluzione senza condimenti aggiunti, leggera e sana, che racchiude i benefici di ingredienti selezionati per un misto saporito ma anche versatile e pratico. I prodotti della gamma **Natura in Padella** si preparano in pochi minuti in padella (10) o microonde (7 minuti).



www.bonduelle.it

Dessert al cucchiaino Délifrance

Délifrance lancia sul mercato una nuova gamma di **Dessert al Cucchiaino**, semifreddi in barattolo pronti da scongelare e servire, caratterizzati da ingredienti di altissima qualità che strizzano l'occhio alla sicurezza, alla sostenibilità e anche all'italianità. Un prodotto buono e sicuro, in un barattolo monoporzione che non richiede la manipolazione da parte dell'operatore e che si rivela una scelta sostenibile grazie al packaging in vetro riutilizzabile.

Si compone di tre referenze:

- Il classico tiramisù: semifreddo a base di savoiardi, intrisi dal 15% di caffè lavorato in Italia e farcito con una crema al mascarpone italiano 33% cremoso e delicato e uova allevate a terra 9%, il tutto ricoperto da un velo di cacao amaro setacciato.
- Dessert al cucchiaino Cheesecake: croccantissimo crumble di biscotto al burro intervallato dalla delicata "American Cheesecake cream" 22% e mascarpone italiano 10%. Un perfetto contrasto di consistenze decorato da una coulis di frutti di bosco insaporita da lamponi in pezzi.
- Cremoso al cioccolato: un semifreddo a base di biscotto al burro farcito con cremosa mousse composta dal 20% di cioccolato fondente al 70% trasformato in Italia, per il 18% panna e uova allevate a terra e decorato con l'1,2% di piccoli e sfiziosi riccioli di cioccolato fondente.

Peso medio: 120g

Shelf life: 18 mesi

www.delifrance.it

Délifrance



ALIMENTI SENZA GLUTINE

DrSchär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



People-centric innovation

IFI S.p.A.

Divisione Contract
Strada Provinciale Feltresca 70
61010 Rio Salso (PU)
Tel. +39 0721 905281
info@ifi.it - www.ifi.it



Lavoriamo per te.

Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elor S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmipa.com
www.ifmipa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a
Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Allegri S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2
24050 Grassano (BG)
Tel. +39 035 4242111
Fax +39 035 526588
info@allegri.com
www.allegri.com

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215
80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816
Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.oringel.it - info@oringel.it



L'italiana preferita dallo chef.

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com



S.D.S. Società

di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE



Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



SOLUZIONI INFORMATICHE
PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546
Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it
www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it



Mytec S.r.l.

Sede operativa
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com



Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20
37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. +39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it



Zucchetti

Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

ACIDO

Il gusto magico che trasformerà la vostra cucina

di Mark Diacono
(Traduzione di Lara Pollero)
EDT
Euro 35,00

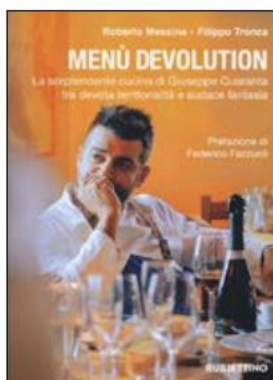
Un viaggio nel più complesso, intrigante e sfidante dei gusti: l'acido. Mark Diacono, food writer di fama internazionale, esplora qui uno dei quattro gusti fondamentali in ogni sua possibilità espressiva, dando vita a un libro che è in parte saggio, in parte compendio fotografico e in parte ricettario, edito da EDT. Dopo aver spiegato la chimica dell'acidità e aver offerto una carrellata dei cibi acidi per natura – dall'uva spina agli agrumi – l'autore illustra tutte le preparazioni essenziali incentrate sulla fermentazione, per poi giungere al corpo centrale del volume: le tante ricette che vanno dall'aperitivo al dolce fino alle bevande. Quello proposto da Diacono è un viaggio che è anche un giro del mondo: molte preparazioni prendono spunto dalle tradizioni di quei Paesi in cui l'acidità è protagonista in cucina. E allora il gazpacho bianco e la zuppa di yogurt turca, la tom yam thailandese e il ceviche peruviano, il maiale vindaloo e le ostriche in salsa mignonette, il budino di lime e lo shrub allo zenzero. Un modo nuovo per aggiungere un pizzico d'acidità in cucina.



Menù devolution

La sorprendente cucina di Giuseppe Quaranta tra devota territorialità e audace fantasia

di Roberto Messina
e Filippo Tronca
Rubbettino
Euro 15,00



Nel suo ristorante "La Posta del poeta", in quel di Terranuova Bracciolini, in Toscana, come racconta Quaranta ai giornalisti Roberto Messina e Filippo Tronca, si va oltre il concetto di menu con portate varie ed assortite, per lasciare spazio a quelle fisse, scelte dal cliente. Parallelamente, ecco il decentramento, il passaggio, cioè, da uno stile di cucina astratto e apolide, a uno che torna al territorio ed alla tradizione, all'insegna però del rinnovamento. In un posto unico e propriamente "cult" tra le delicate balze del Valdarno, questo originale, creativo e visionario "guru" della cucina, prepara e serve circa un centinaio di piatti che si alternano ed entrano in scena nel corso dell'anno: ma nella quotidianità, non sono più di otto. Bisogna comunque scordarsi del tutto il rituale dello spulciare sulla carta le varie pietanze: nel menu, che non manca mai di sorprendere e al tempo stesso di soddisfare, è infatti indicato solo il numero delle portate e relativo costo, accessibile a tutte le tasche. Prefazione di Federico Fazzuoli.

Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

Il Gruppo Elios, un mondo di attenzioni



Dietro ciascuno dei circa 600.000 pasti che offriamo quotidianamente ci sono i professionisti della Ristorazione Collettiva. Squadre di lavoro preparate per servire, con efficienza e puntualità, un grande numero di persone eterogenee. Controlli continui sulla qualità delle materie prime e dei cibi. Iniziative ed eventi per promuovere la cultura del benessere. Rispetto per l'ambiente e valorizzazione delle risorse locali.

Per questo il Gruppo Elios è leader in Italia nella Ristorazione Collettiva.

www.elior.it

www.pontedegnosette.net

elior 

Gemeaz
— elior —

Rilancia la tua attività

Il leader dell'e-commerce presenta la sua gamma
Ho.Re.Ca



Mondoffice è parte di **RAJA GROUP**

www.mondoffice.com